

# PROPAGANDAA KYBERAVARUUDESSA

Venäjän trollitehtaan toiminta sosiaalisessa mediassa

Mikko Hämäläinen

Helsingin yliopisto

Valtiotieteellinen tiedekunta

Politiikan tutkimus

Pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2020



Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty		Laitos – Institution – Department
Valtiotieteellinen tiedekunta		Politiikan ja talouden tutkimuksen laitos
Tekijä □– Författare – Author		
Hämäläinen Mikko Matinpoika		
Työn nimi – Arbetets titel – Title		
Propagandaa kyberavaruudessa – Venäjän trollitehtaan toiminta sosiaalisessa mediassa		
Oppiaine – Läroämne – Subject		
Politiikan tutkimus		
Työn laji – Arbetets art – Level	Aika – Datum – Month and year	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages
Pro gradu -tutkielma	Toukokuu 2020	96
Tiivistelmä – Referat – Abstract		
<p>Sosiaalisen median informaatiovaikuttamiskampanjat ja niissä hyödynnetty laskennallinen propaganda nousivat pinnalle Yhdysvaltojen vuoden 2016 presidentinvaalien myötä. Yhdysvaltojen viranomaiset syytivät venäläisiä toimijoita pahantahtoista sekaantumisesta Yhdysvaltojen vaaleihin ja poliittisen järjestelmän toimintaan. Viranomaisten mukaan tahot pyrkivät ennen kaikkea lisäämään amerikkalaisen yhteiskunnan jakautumista. Tämä tutkimus tarkastelee niin sanotun Venäjän trollitehtaan, eli Internet Research Agency:n Yhdysvaltoihin kohdistunutta sosiaalisen median vaikuttamisoperaatiota. Tutkimus selvittää mitkä aihealueet, näkökulmat ja arvoasetelmat korostuvat Internet Research Agency:n Facebookissa julkaisemassa sisällössä vuosien 2015-2017 aikana ja mitä propagandalajeja hyödynnetään julkaisujen vaikuttavuuden lisäämiseksi. Laskennallinen propaganda on nouseva ilmiö, mikä korostaa sitä koskevan tutkimuksen tarvetta.</p> <p>Tutkimuksen aineisto koostuu yhteensä 391 Internet Research Agency:n julkaisemasta Facebook-mainoksesta. Mainokset ovat verrattavissa tavallisiin Facebook-julkaisuihin ja ne voivat sisältää sekä tekstiä että kuvia. Internet Research Agency:n sosiaalisen median toimintaa kuvaavat Facebook-julkaisut on ladattu Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitean verkkosivuilta. Tutkimusaineistoa analysoidaan propagandatutkimuksen näkökulmasta. Keskeisessä roolissa ovat Jowettin ja O'Donnellin (2006) propagandan määritelmä ja Jacques Ellulin (1969) muodostamat propagandalajien luokat. Tutkimusaineistoa on analysoitu määrällisen sisällönanalyysin ja kehysanalyysin avulla. Sisällönanalyysin kautta on muodostettu kattava yleiskuva aineistosta ja selvitetty julkaisujen sisältämät yleisimmät aihealueet. Sisällönanalyysin yhteydessä on myös luokiteltu julkaisut viiteen luokkaan niissä hyödynnettyjen propagandalajien perusteella. Luokkiin lukeutuvat syyttävä propaganda, integroiva propaganda, analyttinen propaganda ja emotionaalinen propaganda. Viidenteen luokkaan kuuluu sisältö, joka ei sovi yhteenkään varsinaiseen luokkaan.</p> <p>Sisällönanalyysin perusteella julkaisujen kolme yleisintä aihealuetta ovat afroamerikkalainen kulttuuri ja historia, afroamerikkalaisiin kohdistuva poliisiväkivalta ja meksikolainen kulttuuri ja historia. Yleisimmin käytetyt propagandalajit ovat integroiva propaganda, joka pyrkii luomaan yhteisöllisyyttä tietyn väestöryhmän sisällä ja emotionaalinen propaganda, joka hyödyntää viestinnässään tunteisiin vetoavaa sisältöä. Ensisijaisesti integroivaa propagandaa hyödyntää noin 33 % julkaisuista ja emotionaalista propagandaa noin 20 % julkaisuista.</p> <p>Kehysanalyysin kautta muodostuu viisi kehystä: etninen ylpeys ja yhteisöllisyys, yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä, kansallismielinen kamppailu, seksuaalinen identiteetti ja poliittinen kampanjointi. Hallitsevin näistä on etnisen ylpeyden ja yhteisöllisyyden kehys, joka sisältää noin 59 % kaikista julkaisuista. Kehyksen sisältämien julkaisujen viestintä on usein korostetun positiivista. Julkaisut painottavat etnisen identiteetin merkitystä ja korostavat samaan etniseen ryhmään tai muuhun vähemmistöryhmään kuuluvien ihmisten välistä yhteisöllisyyttä. Ympäröivää maailmaa tarkastellaan vahvan henkilökohtaisen identiteetin pohjalta ja julkaisut on kirjoitettu etenkin afroamerikkalaisen ja meksikolaisen väestöryhmän näkökulmasta. Valtaosa kehysten julkaisuista käsittelee eri väestöryhmien kulttuuria, historiaa, yhteiskunnallista asemaa ja etnistä ulkonäköä. Yhteiskunnallisen rasismin kehys sisälsi noin 26 % julkaisuista, kansallismielisen kamppailun kehys noin 11 %, seksuaalisen identiteetin kehys noin neljä prosenttia ja poliittisen kampanjoinnin kehys prosentin kaikista julkaisuista.</p>		
Avainsanat – Nyckelord – Keywords		
propaganda, manipulaatio, sosiaalinen media, kehysanalyysi		

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Teoreettinen viitekehys .....	4
2.1.	Propagandan määrittely ja tutkiminen .....	5
2.2.	Visuaalinen propaganda .....	9
2.3.	Propagandalajit ja niiden jaottelu .....	11
2.4.	Laskennallinen propaganda .....	17
3	Laskennallisen propagandan toimintaympäristö, toimijat ja ominaispiirteet .....	20
3.1.	Sosiaalisen median vaikutus viestintään ja poliittiseen toimintaan .....	20
3.2.	Kyberjoukot ja niiden toiminta sosiaalisessa mediassa .....	22
4	Internet Research Agency .....	27
4.1.	IRA:n tausta ja aiempi toiminta .....	27
4.2.	Yhdysvaltoihin kohdistunut operaatio .....	28
5	Tutkimusaineisto ja -menetelmät .....	31
5.1.	Yhdysvaltain tiedustelukomitean kooste IRA:n Facebook-julkaisuista .....	31
5.2.	Määrällinen sisällönanalyysi ja propagandalajien luokittelu .....	34
5.3.	Kehysanalyysi .....	34
5.3.1	Kehysanalyysin teoreettinen tausta .....	36
5.3.2	Visuaalinen kehystäminen ja kuvien viestinnälliset ominaisuudet .....	38
6	IRA:n julkaisujen aihealueet ja propagandalajit .....	42
7	IRA:n propagandan kehykset .....	50
7.1.	Etninen ylpeys ja yhteisöllisyys .....	52
7.2.	Yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä .....	63
7.3.	Kansallismielinen kamppailu .....	69
7.4.	Seksuaalinen identiteetti .....	76
7.5.	Poliittinen kampanjointi .....	78
8	Tutkimustulokset .....	81
9	Pohdinta .....	89
	Lähteet .....	91

## 1 Johdanto

Yhdysvaltain oikeusministeriön alaisuudessa toimiva erikoissyöttäjä Robert Mueller nosti helmikuussa 2018 syytteet 13 Venäjän kansalaista ja kolmea organisaatiota kohtaan näiden sekaantumisesta Yhdysvaltojen poliittisiin prosesseihin, mukaan lukien vuoden 2016 presidentinvaaleihin (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2020a). Merkittävä osa Muellerin ryhmän julkaisemaa loppuraporttia käsitteli tietyn venäläisen organisaation sosiaalisessa mediassa käymää Yhdysvaltoihin kohdistunutta informaatiovaikuttamiskampanjaa (Mueller ym., 2019). Tämä kyseinen organisaatio oli niin sanottu Venäjän trollitehdas, oikealta nimeltään *Internet Research Agency* (IRA), jonka toimintaa avasi ensimmäisen kerran toimittaja Aleksandra Garmazapova venäläisessä Novaja gazeta lehdessä vuonna 2013 (Novaja gazeta, 2020).

IRA:n toimintaa tarkastelleiden virallisten raporttien mukaan järjestön tavoitteena oli vähentää Yhdysvaltojen kansalaisten luottamusta maan demokraattiseen järjestelmään ja kiihdyttää yhteiskunnan jakautumista (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2018, 1). IRA:n operaation paljastumisen jälkeen järjestön toimintaa on tutkittu myös lukuisissa tieteellisissä tutkimuksissa, jotka ovat pyrkineet ymmärtämään järjestön toimintaa ja tavoitteita (ks. Lukito, 2020; Dawson & Innes, 2019). Järjestöstä tehtyjen paljastusten jälkeen IRA:n sekaantuminen Yhdysvaltain presidentinvaaleihin on yleisesti hyväksytty ja vaikuttamiskampanjan on myös toisinaan katsottu kääntäneen vaalien tuloksen Yhdysvaltojen nykyiselle presidentille Donald Trumpille suosiolliseksi (ks. Jamieson, 2018). IRA:n toimintaa on myöhemmin luonnehdittu vuosia kestäneeksi ”propagandasodaksi” Yhdysvaltoja vastaan (DiResta ym., 2018, 6). Tämän kaltainen toiminta onkin yhä useammin nähty osana laajempaa hybridivaikuttamista, johon myös Suomen nykyinen hallitus on pyrkinyt hallitusohjelmassaan varautumaan (Valtioneuvosto, 2019, 58).

IRA hyödynsi operaatiossaan niin sanottua laskennallista propagandaa (*computational propaganda*) (Howard ym., 2018). Laskennallinen propaganda viittaa Internetissä tapahtuvaan poliittiseen manipulaatioon, jonka harjoittamisessa hyödynnetään modernia teknologiaa, kuten sosiaalisen median alustoja, botteja ja algoritmeja. Nämä teknologiat mahdollistavat propagandan tehokkaan levittämisen ja kohdentamisen. Tämän uuden poliittisen vaikuttamisen muodon on todettu olevan nousussa maailmanlaajuisesti, mikä tekee ilmiön ymmärtämisestä entistäkin tärkeämpää. (Woolley & Howard, 2018a, 2-3,7.)

Laskennallinen propaganda on merkittävä osa laajempaa modernin teknologian ja erityisesti sosiaalisen median poliittisia vaikutuksia käsittelevää keskustelua. Demokratian näkökulmasta digitaaliset teknologiat ovat kaksiteräinen miekka. Teknologia on tasa-arvoistanut tiedonsaantia ja poliittista osallistumista, mutta mahdollistanut myös yhä tiukemman poliittisen kontrollin harjoittamisen ja helpottanut julkisen keskustelun manipulointia. (Woolley & Howard, 2018a, 3.) Yhdysvaltojen vuoden 2016 presidentinvaalien aikaiset tapahtumat ovat osaltaan korostaneet sosiaalisessa mediassa esiintyvän pahanthahtoisen poliittisen toiminnan ymmärtämisen tärkeyttä (Badawy ym., 2019, 162) Laskennallisen propagandan ja siihen liittyvien teknologisten työkalujen onkin katsottu mahdollistaneen perinteiset käsitykset siitä, miten presidentinvaalikampanjaa tulisi käydä (Persily, 63, 2017). Laskennallinen propaganda on varoittava esimerkki modernin teknologian mahdollistamasta poliittisesta manipulaatiosta. IRA:n kaltaiset toimijat jatkavat toimintaansa niin kauan, kun se on teknologisesti mahdollista ja toiminta tuottaa haluttuja tuloksia. Laskennallinen propaganda onkin mitä ilmeisimmin tullut jäädäkseen ja ilmiön ymmärtäminen vaatii yhä enemmän monipuolista ja kokonaisvaltaista tutkimusta.

Tässä tutkielmassa tarkastelen IRA:n julkaisemaa sosiaalisen median sisältöä. Tavoitteenani on antaa mahdollisimman kattava kuva sekä IRA:n toiminnasta että sen julkaiseman sisällön ominaispiirteistä. Vaikka IRA:n toiminta on saanut lähivuosina yhä enemmän huomiota propagandan ja viestinnän tutkimuksessa, on valtaosa tutkimuksesta ollut kvantitatiivista ja pitäytynyt varsin yleisellä tasolla (ks. Dawson & Innes, 2019; Linvill & Warren, 2020). IRA:n julkaiseman sisällön yksityiskohtainen laadullinen tutkimus on huomattavasti harvinaisempaa. Keskityn tarkastelussani IRA:n Yhdysvaltoihin kohdistuneeseen sosiaalisen median vaikuttamisoperaatioon. Analysoin IRA:n Facebookissa Yhdysvaltain presidentinvaalien läheisyydessä vuosina 2015-2017 julkaisemaa materiaalia ja selvitän mitä aihealueita tai näkökulmia julkaisuissa korostetaan ja mitä propagandalajeja niissä on hyödynnetty. Propagandalajeilla tarkoitan erilaisia viestinnällisiä menetelmiä, joilla on pyritty lisäämään julkaisujen vaikuttavuutta. Tämän lisäksi käsittelen laskennallisen propagandan toimintaympäristöä sekä sitä harjoittavia toimijoita. Tutkielmani lopussa pohdin myös IRA:n toiminnan mahdollisia motiiveja ja tavoitteita.

Varsinaiset tutkimuskysymykseni ovat:

TK1: Mitkä aihealueet, arvoasetelmat ja näkökulmat korostuvat IRA:n julkaisuissa?

TK2: Mitä propagandalajeja IRA:n julkaisuissa hyödynnetään?

Analysoin IRA:n julkaisemaa materiaalia sisällönanalyysin ja kehysanalyysin avulla. Sisällönanalyysin kautta annan yleiskuvan aineiston yleisimmistä aihealueista ja selvitän IRA:n hyödyntämät propagandalajit. Tutkielmani varsinainen tutkimusmenetelmä on kehysanalyysi, jonka avulla tarkastelen aineistoa yksityiskohtaisemmin ja selvitän, mitkä aihealueet ja näkökulmat korostuvat IRA:n julkaisuissa. Kehysanalyysi soveltuu hyvin tekstiä ja kuvia yhdistelevien Facebook-julkaisujen tarkasteluun.

Tutkielmani aineisto koostuu Yhdysvaltain edustajanhuoneen tiedustelukomitean julkaisemasta, IRA:n tuottamasta Facebook-sisällöstä. Tiedustelukomitea on julkaissut hyödyntämäni aineiston esimerkkinä IRA:n toiminnasta sosiaalisessa mediassa vuosina 2015-2017 (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2020b).

Liitän tutkielmani osaksi propagandatutkimuksen perinnettä hyödyntämällä analyysisani aiemman tutkimuksen teoriapohjaa ja sieltä löytyviä merkittäviä käsitteitä. Tarkastelen näin samalla sitä, tuleeko moderni Internetissä tapahtuva informaatiovaikuttaminen ymmärtää perinteisemmän propagandan jatkumona, vai siitä erillisenä ilmiönä. Laskennallisen propagandan käsittelyn yhteydessä esittelen myös tiettyjä sosiaalisen median alustojen ominaisuuksia, jotka helpottavat propagandan levittämistä ja altistavat yhä useammat ihmiset erilaisille vaikutuskampanjoille.

Tutkielmani koostuu yhteensä yhdeksästä luvusta. Tutkielmani toisessa luvussa esittelen tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen ja käsittelen tutkielmani kannalta merkittävimpiä teoreettisia käsitteitä. Tuon esiin erilaisia propagandalajeja koskevia luokitteluja, joita sovellan myöhemmin myös IRA:n toiminnan tarkastelussa. Kolmannessa luvussa kuvaan laskennallisen propagandan ominaisuuksia, toimintaympäristöä ja sitä harjoittavia toimijoita. Tutkielman neljännessä luvussa esittelen yksityiskohtaisemmin IRA:n taustoja, organisatorisia ominaisuuksia ja Yhdysvaltoihin kohdistunutta operaatiota. Viidennessä luvussa esittelen tutkimusmenetelmäni. Käyn läpi kehysanalyysin teoreettista taustaa ja vertaan sitä muutamaan muuhun yleisesti käytettyyn tutkimusmenetelmään. Perustelen myös miksi valitsin juuri kehysanalyysin tutkielmani varsinaiseksi tutkimusmenetelmäksi ja miten menetelmää on aiemmin hyödynnetty tekstiä ja visuaalisia elementtejä yhdistelevän sisällön tutkimuksessa. Luvussa kuusi esitän harjoittamani sisällönanalyysin tulokset sekä IRA:n hyödyntämät propagandalajit ja luvussa seitsemän esittelen varsinaisen analyysini. Luvussa kahdeksan esitän tutkielmani tulokset ja luvussa yhdeksän käsittelen tutkielmani herättämiä ajatuksia.

## 2 Teoreettinen viitekehys

Propagandaan kohdistunutta voimakasta kiinnostusta voidaan pitää verrattain uutena ilmiönä. Useat modernin maailman ominaisuudet korostivat tarvetta ymmärtää sitä, miten hallitseva eliitti pystyi hallinnoimaan suuria ihmisjoukkoja. Näihin lukeutuivat teollistumisen ja muuttoliikkeiden juuriltaan nostamien ihmismassojen ”löytämisen” ja näiden rooli uutena huolenaiheena, modernien joukkotiedotusvälineiden ilmaantuminen, psykologian tieteenalan kehittyminen ja sen soveltaminen ihmisjoukkojen tarkasteluun ja tarve mobilisoida ihmismassoja ennennäkemättömän totaalisen sodan kynnyksellä. Uusi ammattimainen propagandan tarkastelu keskittyi näin ollen tutkimaan sitä, miten tietty toimija pyrki hallinnoimaan tietyn kohderyhmän asenteita tai käytöstä hyödyntämällä psykologisten mallien tukemaa symbolista manipulointia. (Benkler ym., 2018, 24-26.)

Propagandaa ja informaationsodankäyntiä on perinteisesti tutkittu kansallisvaltioiden ulkopoliittisten strategioiden kontekstissa, jossa sanomalehtien, television ja radion kaltaiset joukkotiedotusvälineet ovat näytelleet keskeistä osaa. Erilaiset propagandatekniikat kehittyivätkin yhdessä joukkotiedotusvälineiden kanssa 1900-luvulla mahdollistaen uusia sodankäynnin muotoja. Tänä aikana sekä propagandalle annetut määritelmät että propagandan muodot muuttuivat, mutta joukkotiedotusvälineiden keskeinen asema propagandan levittämisessä säilyi. (Bastos & Farkas, 2019, 2.) Modernin median rooli ja asema nousee keskeiseksi myös IRA:n propagandakampanjan tarkastelussa. Käsittelen tutkielmassani etenkin sosiaalisen median vaikutusta perinteisten tiedotusvälineiden asemaan ja sitä, miten sosiaalisen median nousu on muuttanut propagandan levittämistä.

Propagandatutkimus ei sovi tavanomaisempaan kommunikaation malliin, jossa vallitsee tarkasti rajatut roolit sisällön tuottajien ja vastaanottajien kesken ja ryhmien välillä nähdään vaikuttavan jokin selkeästi muotoiltu viesti. Tämän kaltaisessa mallissa toimijuus on pitkälti sisällön tuottajalla ja vastaanottajia tarkastellaan lähinnä sen kautta, kuinka herkkiä he ovat omaksumaan jaettua sisältöä. Malli on propagandatutkimukseen sopimaton useastakin eri syystä. Ensiksikin on huomattava, että propagandistit operoivat usein ilman selkeitä tavoitteita tai sanomaa, pyrkien lähinnä aiheuttamaan yleistä sekasortoa. Tämä on erityisen merkittävää juuri kyberavaruudessa, missä lyhyetkin viestit voivat vääristyä ja korostua suhteettomasti. Tavanomainen malli ei myöskään huomioi sitä, miten sisällön levittämisen aikana tuottajien ja vastaanottajien roolit voivat vaihtua ja sekoittua. Informaation saatuaan yksilö saattaa ryhtyä muokkaamaan ja levittämään sitä itsenäisesti

omaksuen näin tuottajan rooliin kuuluvia ominaisuuksia. Keskittymällä sisällöntuottajien harkittuihin tavoitteisiin, malli ei myöskään huomioi informaation luontaisia ominaisuuksia, kuten sen dynaamisuutta. Tietyn toivotun reaktion aikaansaamiseksi jaettu kuva voi-kin aiheuttaa yleisössä lukemattomia tarkoittamattomia seurauksia. (Auerbach & Castro-novo, 2014, 10.) Näiden propagandan ominaispiirteiden tunnistaminen on erityisen tärkeää, kun käsittelen IRA:n hyödyntämien sosiaalisen median sivustojen vaikutuksia propagandan leviämiseen ja ihmisten väliseen kommunikaatioon.

Kulttuurillisena käytäntönä propaganda liittyy vahvasti siihen, miten ihmiset kommunikoivat keskenään sekä siihen, miten suhtautumistapoja, mielikuvia ja uskomuksia luodaan ja levitetään. Propagandan luonteen takia sitä käsittelevä tutkimus on arvokasta muun muassa historian, viestinnän, kulttuurin ja politiikan tutkimukselle. Propaganda ansaitsee jatkuvaa tarkastelua juuri siitä syystä, että se käsittelee niin monen humanistisen ja yhteiskuntatieteellisen tieteenalan merkittäviä kysymyksiä. Tämän lisäksi propaganda-tutkimus voi muuttaa käsityksiämme moniin päällekkäisiin käsitteisiin, kuten ideologiaan, julkisuuteen ja indoktrinaatioon liittyen, jotka ovat muissa tutkimusperinteissä jo lähes puhki käsiteltyjä. (Auerbach & Castronovo, 2014, 2.) Seuraavassa luvussa esittelen propagandatutkimuksen teoreettista pohjaa ja esitän tutkielmani kannalta merkittäviä käsitteitä.

## 2.1. Propagandan määrittely ja tutkiminen

Nykypäivänä propaganda nähdään useimmiten pahantahtoisena toimintana. Propagandaa pidetään itsenäisen ajattelun vihollisena, joka manipuloi informaation vapaata virtaa pyrkien näin estämään rauhan ja totuuden tavoittelemisen. Propagandan katsotaan ohjaavan ihmisten toimintaa ja ajattelua sellaiseen suuntaan, johon nämä eivät omatoimisesti päätyisi. Propaganda voidaan kuitenkin nähdä myös neutraalimmassa valossa. Ulkoapäin suuntautuvan vihamielisen toiminnan sijaan propagandaa voidaan pitää tietynlaisena ajatusten istuttamiseen liittyvänä prosessina, jonka harjoittajia ja kohteita voimme kaikki arkielämässämme olla. (Taylor, 2003, 1-3.) Tämän tutkielman kontekstissa propagandan haitallisen luonteen korostaminen on kuitenkin perusteltua. IRA:n Yhdysvaltoihin kohdistunutta propagandakampanjaa leimasivat manipulatiivinen ja yhteiskunnallisten jakolinjojen voimistamiseen tähtäävä toiminta. Tämän takia hyödyntämäni propagandan määritelmä on valittu ennen muuta sen tutkimuksellisen edun takia. Määritelmä mahdollistaa tutkielmani analyysin rajaamisen niihin uhkiin, jotka ovat nykytilanteen kannalta



merkityksellisimpiä ja erottaa propagandan muista samanlaisen tavoitteen omaavista kommunikaatiomuodoista, kuten suostuttelusta, markkinoinnista, opetuksesta tai tiedotus- ja suhdetoiminnasta. (Benkler ym., 2018, 28-29)

Tässä tutkielmassa seuran Jowettin ja O'Donnellin (2006) propagandalle antamaa määritelmää. Jowett ja O'Donnell näkevät propagandan tarkoituksellisenä ja systemaattisena pyrkimyksenä muokata käsityksiä, manipuloida ajatustapoja ja ohjata käyttäytymistä tietyn kohderyhmän sisällä propagandistin tavoittelemien tarkoituksien saavuttamiseksi. Prosessina propaganda on sosiaalisesti määriteltyä. Vallitseva sosiohistoriallinen konteksti tarjoaa perinnön, joka ohjaa propagandistin motivaatiota ja jopa tämän tapaa kommunikoida. Propagandan ymmärtäminen vaatii sen selvittämistä, miten vallitseva konteksti mahdollistaa sen toiminnan. (Jowett & O'Donnell, 2006, 7, 358.) Tutkielmassani avaun sekä IRA:n käytännön toiminnan että julkaisujen sisällön kontekstia.

Tutkielmassani esittämäni propagandan määritelmä rajaa tarkastelun tarkoitukselliseen ja tavoitteelliseen kommunikaatioon. Ihmisten toimintaan mahdollisesti vaikuttava tahattomasti valheellinen kommunikaatio jää näin ollen tarkastelun ulkopuolelle. Kommunikaation tulee olla suunnattu suurille ihmisjoukoille, eikä yksittäisten ihmisten välistä tai hyvin pienen ryhmän sisällä tapahtuvaa manipulointia oteta huomioon. Näiden ominaisuuksien lisäksi propagandalle antamani määritelmä viittaa toimintaan, jolla on poliittisia tavoitteita. (Benkler ym., 2018, 29.)

Propagandan määrittelyssä tulee ottaa huomioon, ettei propagandaa voida pitää täysin muuttumattomana kokonaisuutena, jolla olisi ennalta annettuja, yksinään tunnistettavissa olevia ominaisuuksia. Tässä tutkielmassa propagandaa ei lähestytäkään etsimällä jotain olennaisia propagandan sisällöllisiä ominaisuuksia, vaan pikemminkin funktionaalisella määritelmällä, jossa propaganda nähdään julkisesti jaettuna informaationa, millä pyritään vaikuttamaan kohdeyleisön ajatteluun ja/tai toimintaan. Näin ollen myös propagandan suhde informaatioon tulee nähdä vaihtelevana ja riippuvaisena sisällön kontekstista ja funktiosta. Yllä kuvatun lähestymistavan omaksumisen myötä tutkijan tehtäväksi jää propagandan hyödyntämien retoristen ja visuaalisten työkalujen tarkastelu ja tunnistaminen. Näin voidaan pyrkiä selvittämään sitä, minkälaisilla keinoilla propaganda pyrkii vetoamaan kohdeyleisöönsä, minkälaisia vaikutuksia sillä yksilöihin on ja miten sisältöä levitetään. (Auerbach & Castronovo, 2014, 6.) Tutkielmassani keskityn tarkastelemaan sitä, mitä aihealueita IRA on viestinnässään käsitellyt.

Propagandaa ohjaavaa ideologiaa etsitään tarkastelemalla sovittuja ja jaettuja uskomuksia, arvoja, asenteita, käytösmalleja ja ajattelutapoja. Nämä tekijät muodostavat normit, jotka ohjaavat sitä, mitä pidetään toivottavana ja tekemisen arvoisena. Ideologiaa voi pitää tietynlaisena maailmankatsomuksena, jonka avulla yksilö tuomitsee asiat hyviksi tai pahoiksi ja oikeiksi tai vääriksi. Näin ideologia tuo mukanaan ajatuksen siitä, että tietyt olosuhteet ovat toisia toivotumpia ja ohjaa yksilöä sitoutumaan tiettyyn sosiaaliseen järjestykseen, jolla voi olla tarkasti määritellyt sosiaaliset, taloudelliset ja poliittiset rakenteet. Usein ideologiat myös määräävät tietyt roolit eri yhteiskuntaryhmille. Propagandan tutkimuksessa ideologista pohjaa analysoidaan tarkastelemalla sekä sanallisia että visuaalisia esityksiä, jotka voivat kuvata olemassa olevia kamppailuja tai menneitä tilanteita, nykyisiä arvoasetelmien viitekehyksiä ja tulevaisuuteen liittyviä tavoitteita. Propagandisti voi hyödyntää esimerkiksi menneisyydestä löytyviä symboleja tavoitteidensa saavuttamisessa. Symbolien avulla propagandisti rohkaisee yksilöitä soveltamaan aiemmin hyväksyttyjä ideoita nykyisiin ja tuleviin ilmiöihin, ohjaten näin kohderyhmää haluamaansa suuntaan. Tiivistetysti voidaan sanoa, että propagandan tavoitteena on saada yleisö hyväksymään propagandistin ideologia. (Jowett & O'Donnell, 2006, 271-272.)

Ollakseen menestyksestä, propagandan on hyvä olla huomiota herättävää ja ymmärrettävää. Propaganda ei onnistu vakuuttamaan yleisöään, mikäli sen sisältö on helppo jättää huomiotta tai valittu kohdeyleisö ei ymmärrä sen sisältämää sanomaa. Tämän lisäksi propagandan kohdeyleisön tulee omaksua propagandaan liittyvät argumentit ja hyväksyä nämä totuutena. Ennen kaikkea menestyksekkään propagandan tulee ohjata kohteensa ajattelua propagandistin haluaman näkökulman mukaiseksi. (Pratkanis & Aronson, 1992, 22-24.) Tavoitteensa saavuttamiseksi propagandan tulee vastata ja yhdistyä vallitsevaan mielipideilmastoon. Näin ollen myös propagandan tutkijan tulee olla perillä merkittävistä yhteiskunnallisista ilmiöistä ja propagandistin niistä tekemistä tulkinnoista. Tutkijan tulee kiinnittää huomiota odotuksiin maailmanlaajuisista kehityskuluista (esimerkiksi sota, rauha, ihmisoikeudet), vallitsevaan julkiseen mielipiteeseen ja siihen minkälaisia ongelmakohhtia yhteiskunnassa on tunnistettavissa. Myös historiallisten taustatekijöiden tunnistaminen on tärkeää. Tutkijan tulee tietää mitkä vakaumukset, uskomukset tai yhteiskunnalliset myytit ovat propagandan kannalta merkityksellisiä. Laaja tietämys näistä taustatekijöistä helpottaa ymmärtämään maaperää, josta propaganda kumpuaa. (Jowett & O'Donnell, 2006, 272.)

Propagandan kohdeyleisön tunnistaminen auttaa ymmärtämään propagandistin tavoitteita ja toimintatapoja. Propagandisti valitsee kohderyhmänsä sen potentiaalisen tehokkuuden perusteella. Moderni teknologia ja markkinointitutkimus mahdollistavat sisällön hyvin tarkan kohdentamisen tietyille ihmisryhmälle. Propagandasta onkin levittäjälleen useimmiten sitä enemmän hyötyä, mitä vastaanottavaisempi valittu kohderyhmä on sen sisällölle. Perinteisesti propagandan on ajateltu pyrkivän massayleisön tavoittamiseen. Modernin propagandan tapauksessa joukkoviestintää hyödynnetään kuitenkin myös erilaisille kohderyhmille, kuten pienryhmille ja erilaisille eturyhmille tai tietyille väestöosille kohdistetun propagandan levittämisessä. Sisällön jakelukanava voi myös synnyttää oman kohderyhmänsä, kun esimerkiksi tietyn verkkosivun sisällöstä kiinnostuneet yksilöt ajautuvat itsenäisesti sivuston pariin. Tutkijan tulee selvittää, mitä mediaa propagandisti toiminnassaan käyttää ja miten tämä pyrkii yleisöönsä sen sisällä vetoamaan. (Jowett & O'Donnell, 2006, 265-276.)

Propagandatutkimuksen kautta voidaan tunnistaa useita eri tekniikoita, joiden avulla propagandistit pyrkivät maksimoimaan toimintansa seurauksia. Vaikka propaganda on ilmiönä liian laaja tiivistettäväksi vain muutamaan yleiseen tekniikkaan, voi tiettyjen usein käytettyjen tekniikoiden tunnistaminen auttaa selittämään propagandistin toimintaa. Tämän kaltainen tunnistettavissa oleva tekniikka on esimerkiksi jo edellä käsitelty tapa hyödyntää vallitsevia uskomuksia ja yhdistää ne propagandan ideologiseen pohjaan. Näin propagandisti ei pyri muuttamaan kohderyhmässä vallitsevia poliittisia vakaumuksia tai esimerkiksi erilaisiin ihmisryhmiin tai uskontoihin liittyviä asenteita, vaan pikemminkin ilmaisemaan kohderyhmän tuntemuksia ja ajatuksia näihin ulottuvuuksiin liittyen. Propagandisti voi pyrkiä ohjailemaan kohderyhmää kohti tietynlaista ajattelua ja käyttäytymistä. Tämän onnistuminen riippuu kuitenkin useista eri tekijöistä, kuten ryhmän sisäisestä vuorovaikutuksesta, kontekstista, jossa propagandaviesti annetaan ja vastaanotetaan ja erilaisten mielipidejohtajien vaikutuksesta ryhmän toimintaan. Hyvin samankaltaisena tekniikkana voidaan pitää ryhmäpaineen tai -vaiston luomista ryhmän yhdenmukaistamiseksi ryhmässä vaikuttavia normeja hyödyntämällä. Kolmas esimerkki mahdollisesta propagandatekniikasta on propagandan lähteen uskottavuuden ja samaistuttavuuden korostaminen. Tutkija voi tarkastella sitä, miten kohdeyleisö näkee propagandistin ja mikä tämän rooli ryhmän sisällä on. On tärkeää selvittää, miten propagandisti pyrkii identifioimaan itsensä suhteessa kohderyhmään ja millä tavoin tämä pyrkii mahdollisesti samaistumaan ryhmän asemaan ja kokemuksiin. (Jowett & O'Donnell, 2006, 279-285.)

Kenties helpoimmin tunnistettavissa oleviin propagandatekniikoihin kuuluvat erilaiset visuaaliset vallan symbolit, kuten valtion lipun edessä esiintyminen, kielenkäyttö ja tunteiden herättäminen. (Jowett & O'Donnell, 2006, 279-285.) Siirryn seuraavaksi käsittelemään visuaalista propagandaa ja kuvien viestinnällisiä ominaisuuksia.

## 2.2. Visuaalinen propaganda

Käsitlemistäni IRA:n Facebook-julkaisuista suuri osa pitää sisällään visuaalista informaatiota. Tämän takia on tarpeellista avata myös visuaalisen propagandan sekä visuaalisen informaation, tässä tapauksessa kuvien, ominaispiirteitä.

Visuaalisilla symboleilla on aina ollut merkittävä rooli propagandan parissa (Jowett & O'Donnell, 2006, 282-283). Visuaalisella propagandalla pyritään herättämään muun muassa pelon, kunnioituksen ja voimakkuuden kaltaisia tunteita. Nämä suostuttelua edesauttavat tunnetilat auttavat propagandistia maksimoimaan toivomansa vaikutukset yleisössä. Vaikuttavuutensa takia kuvat ovatkin olleet merkittävä osa propagandatutkimusta. Poliittisen kommunikaation näkökulmasta visuaalisilla työkaluilla on suuri merkitys siinä, miten tiettyyn kysymykseen liittyvät toivotut näkökulmat saadaan korotettua mahdollisimman keskeiseen asemaan (Seo & Ebrahim, 2016, 3.)

Moderni teknologia on entisestään korostanut visuaalisten elementtien roolia ihmisten välisessä viestinnässä. Etenkin sosiaalisessa mediassa kuvat edustavat helposti lähestyttävää ja huomiota herättävää sisältöä. Kuvien ja muiden visuaalisten elementtien rooli sosiaalisessa mediassa onkin kasvanut yhä tärkeämmäksi myös poliittisen viestinnän kontekstissa. (Seo & Ebrahim, 2016, 2.)

Kuvien viestinnällisen tehokkuuden taustalla vaikuttavat niiden ominaispiirteet, kuten ikonisuus, indeksikaalisuus ja syntaktinen epäsuoruus. Syntaktinen epäsuoruus viittaa siihen, ettei kuvien avulla ole sanallisten viestien tavoin mahdollista muodostaa täsmällisiä väittämiä, kuten kausaalisia väitteitä tai vertailuja. Kuvat eroavat sanallisesta viestistä myös siinä, että ne muodostavat pitkälti analogisen kommunikaation järjestelmän, jossa kuvien ja niiden merkitysten suhteet perustuvat samankaltaisuuteen, kun useimpien sanojen ja niiden merkitysten suhde on täysin sosiaalisista käytännöistä riippuvaista. Näin ollen kuvia kohdellaan todellisuuden aitoina kuvaajina, eikä rakennettuina todellisuuden representaatioina. (Messaris & Abraham, 2001, 216-220). Kuvien viestinnällisen voiman taustalla vaikuttaa myös niiden muistitekniinen voima, jonka seurauksena kuvien sisältö on helppo palauttaa mieleen. Kuvilla on kyky muuttua symboleiksi, jotka palvelevat

tietyn tapahtuman tai aiheen metonyymeina tai eksemplaareina. Kuvat voivat synnyttää suuria esteettisiä vaikutuksia sekä tunnereaktioita. Niillä on myös huomattava potentiaalinen poliittinen voima, eli kyky synnyttää, muokata tai vahvistaa tiettyjä uskomuksia vallitseviin ongelmiin tai niiden syihin liittyen ja vaikuttaa näin harjoitettuun politiikkaan. (Domke ym., 2002, 133-134.)

Visuaalisen materiaalin tehokkuuden ymmärtämiseksi on hyvä huomioida ne tavat, joiden kautta ihmiset tulkitsevat erilaista visuaalista informaatiota. Tätä prosessia voidaan lähestyä niin sanotun *Elaboration Likelihood Model* (ELM) -teorian (Petty & Cacioppo, 1986) kautta. Teorian mukaan ihmiset prosessoivat kuvia kahdella eri tavalla joko suurta vaivannäköä vaativan ”keskitien” kautta, joka vaatii tietoista ja rationaalista ajattelua tai vähemmän vaivannäköä vaativan ”perifeerisen tien” kautta, jossa prosessointi on automaattista ja vaistonvaraista ja keskittyy tarpeettomiin vihjeisiin, kuten viestijän ulkonäköön tai koettuun uskottavuuteen, eikä esimerkiksi esitettyjen väitteiden logiikkaan, asiainkuuluvuuteen tai informaation sisältöön. Teorian mukaan henkilö voi prosessoida minkä tahansa väittämän kumpaa reittiä pitkin tahansa. Useimmiten voi olettaa, että mikäli henkilö kiinnittää sanalliseen viestiin huomiota, hän myös ajattelee sen sisältämää informaatiota. Tämä oletamus ei kuitenkaan välttämättä koske visuaalista informaatiota. Vaikka yksittäisen visuaalisen elementin ajattelu vaatii sen sijoittamista laajempaan tarinaan, esimerkiksi uutisjuttuun, synnyttävät kuvat ihmisissä helpommin perifeerisen reitin kautta tapahtuvaa ajattelua herättämällä näissä juttuun liittyviä tunnereaktioita. Tämän seurauksena esimerkiksi uutismediassa toimittajan harjoittamaan visuaaliseen kehystämiseen vaikuttavat näin ollen valitun kuvan varsinainen uutisarvo (keskitie), kuvan toimittajassa herättämät tunteet ja tunteet, joita toimittaja toivoo kuvan yleisössä herättävän. Visuaalista sekä sanallista sisältöä hyödyntävän materiaalin koskevan kehystämisen voi katsoa aktioivan sekä keski- että perifeeristä tietä pitkin kulkevaa ajattelua. Näin ollen, jotta harjoitetun kehystämisen vaikutuksista voidaan antaa mahdollisimman kattava kuva, on hyvä huomioida sekä sanalliset että visuaaliset elementit. (Coleman, 2010, 239-240.) Tämä näkyy myös tutkimuksen kohteena olevassa IRA:n materiaalissa, jossa kuvat saatavat toisinaan olla pääosassa, mutta niihin on liitetty tai yhdistetty lyhyt tekstikatkkelma.

Visuaalisen viestinnän vaikutukset yleisöön ovat moninaisia. Kuvia hyödynnetään ennen kaikkea lukijoiden mielenkiinnon herättämisessä ja niiden teho on todistettu lukuisissa katseenseurannan tutkimuksissa (ks. Bucher & Schumacher, 2006). Kuvat hahmotetaan nopeasti ja ne ovat tehokkaita viestimään ja herättämään tunteita. (Brantner ym.,

2011, 523.) Kuvat tai tekstin ja kuvien yhdistelmät palautuvat ihmisten mieliin myös pelkkään sanalliseen viestiin pohjautuvia viestejä helpommin ja voivat näin johtaa lukijoita suosimaan jotain tiettyä näkökulmaa jonkin toisen ylitse. Tämä kuvien ominaisuus ei kuitenkaan välttämättä johda varsinaisten asiakysymysten syvempään ymmärtämiseen. Esimerkiksi uutiskuvien on todettu lähinnä vahvistavan vallitsevia mielipiteitä ja stereotyyppisiä. (Schwalbe & Dougherty, 2015, 143.) Etenkin epätavalliset tai ihmisistä otetut lähikuvat kuitenkin todistetusti auttavat lukijoita muistamaan myös kuvan yhteydessä olleen sanallisen viestin paremmin (Coleman, 2010, 242).

Kuvien kyky herättää tunteita kumpuaa joko niiden esteettisistä ominaisuuksista tai sisällöstä. Etenkin inhimilliset tunteet välittyvät kuvien avulla suoremmin ja autenttisemmin, kuin esimerkiksi pelkän tekstin välityksellä. Inhimillisen kärsimyksen kuvaaminen synnyttää tunnesiteitä ja herättää lukijoissa myötätuntoa kaukaistakin kärsimystä kohtaan. Tämän kaltaisen visuaalisen inhimillisen kehystämisen on myös todettu johdattavan yksilöitä omaksumaan kehykselle relevantteja ehdotuksia. Näin ollen vahvat inhimillisiä tunteita välittävät kuvat toimivat virikkeinä yksilöiden harjoittamassa arvioinnissa. (Brantner ym., 2011, 527, 533.)

Kuvien ja muiden visuaalisten elementtien vaikuttavuutta arvioitaessa tulee huomioida myös niiden rakenteelliset ominaisuudet. Visuaaliseen kehystämiseen kuuluvat esimerkiksi käytetyt kuvakulmat ja etäisyydet. Näitä kuvauksellisia ominaisuuksia manipuloidalla voidaan vaikuttaa yleisön tekemiin arviointeihin, eikä niiden luomia käsityksiä voida pitää neutraaleina. Perinteisesti esimerkiksi katseentasolta tai suoraan edestäpäin otettua kuvaa on pidetty neutraalina, ylhäältäpäin otettua kuvaa negatiivisena ja alhaaltapäin otettua kuvaa positiivisena. Kuvan koolla on myös merkitystä ja suurempaa kuvaa pidetään usein myös merkittävämpänä. Yllä läpikäymäni kuvien viestinnällistä voimaa todistava tieteellinen tutkimus yhdistettynä lukijoiden tietämättömyyteen kuvien aiheuttamista seurauksista painottavat visuaalisen kehystämisen ymmärtämisen tärkeyttä (Coleman, 2010, 243, 248, 251). Seuraavassa luvussa siirryn käsittelemään erilaisia propagandalajeja, niiden tunnistamista ja luokittelua.

### 2.3. Propagandalajit ja niiden jaottelu

Kuten propagandan teoriapohjan yhteydessä jo esitin, ei propagandaa voida tiivistää muutamana yleisesti hyödynnetyn tekniikan alle. On kuitenkin mahdollista tunnistaa ja nimetä erilaisia propagandalajeja riippuen siitä mistä propaganda on lähtöisin, kenelle se on

suunnattu, minkälaisia viestinnällisiä menetelmiä se hyödyntää ja mitä tavoitteita sillä on. Hyödynnän tutkielmassani etenkin Jacques Ellulin (1969) propagandalajien kategorisointia. Sovellan Ellulin ajattelua vastatessani tutkielmani toiseen tutkimuskysymykseen siitä, mitä propagandalajeja IRA on toiminnassaan hyödyntänyt.

Ellul jakaa propagandan lajityypit kahdeksaan eri luokkaan. Jaottelu on saanut mittavaa huomiota ja muodostaa suuren osan Ellulin propagandatutkimukseen tuomasta uudesta ajattelusta. Ellul jakaa propagandalajit kahteen keskenään vastakohtaiseen neljän luokan ryhmään. Ensimmäisessä ja perinteisemmässä ryhmässä propagandaa pidetään poliittisena, eli se on tietyn ryhmän organisoimaa, sillä on rajattu kohderyhmä ja tarkat tavoitteet, agitoivana, eli toiminnan herättämiseen tähtäävänä, vertikaalisena, eli ylhäältä alas suuntautuvana ja pienen joukon ohjaamana, mutta massoille suunnattuna ja irrationaalisena, eli faktojen ja järkeilyn sijasta uskomuksiin ja tunteisiin vetoavana. Natsi-Saksassa hyödynnettyä propagandaa voi pitää jonkinlaisena malliesimerkkinä nämä kriteerit täyttävästä propagandasta. (Marlin, 2013, 5.)

Toiseen ryhmään kuuluvat sosiologinen propaganda, joka ei synny tietyn ryhmän sisällä vaan leviää yksilöiden parissa ilman tarkkoja tavoitteita, integroiva propaganda, jonka avulla pyritään luomaan yhteisöllisyyden tunnetta tietyn ryhmän sisällä, horisontaalinen propaganda, missä johtajat ovat yleisön kanssa vuorovaikutuksessa tavalla, joka antaa vaikutelman tasa-arvosta ja hallitsevuuden puutteesta sekä rationaalinen propaganda, joka pyrkii vaikuttamaan hyödyntämällä faktoja tai lukuja. (Marlin, 2013, 5.)

Agitoiva propaganda on erittäin näkyvää ja pyrkii horjuttamaan hallitsevaa hallitusta, heikentämään hallituksen sisäisiä vihollisia tai rohkaisemaan yksilöitä yhdistymään ulkoista vihollista vastaan. Agitoiva propaganda lupaa yksilölle jännitystä ja seikkailuja ja vetää tämän pois arkisesta elämästä. Tämän kaltainen propaganda pyytää ihmisiä antamaan kaikkensa tietyn aatteen puolesta, joko aidon tai kuvitellun kriisin kontekstissa. Agitoivaa propagandaa hyödyntämällä on kuitenkin haasteellista ylläpitää yksilöjen täydellistä uhrautumista, vakaumusta ja omistautuneisuutta kovinkaan pitkään. (Marlin, 2013, 7-8.) Kumouksellista psykologista sodankäyntiä harjoitetaan useimmiten agitoivan propagandan kautta. Tämän kaltaista sisältöä levittämällä pyritään vetoamaan ihmisten perustunteisiin, joista viha on usein kaikista hyödyllisin. Viha on yksi ihmisen spontaaneimmista ja tavallisimmista tunteista ja siihen liittyy vahvasti jonkin toisen osapuolen syyttäminen omasta epäonnesta. Tämän kaltainen propaganda pyrkii leimaamaan jonkin helposti

tunnistettavissa olevan tahon syylliseksi vallitsevaan kurjuuteen. Agitoiva propaganda pyrkii herättämään vahvoja tunnereaktioita ja ohjaamaan näin yksilöiden käyttäytymistä. (Ellul, 1969, 71-73.)

Agitoiva propaganda perustuu siis ihmisen perustunteiden hyödyntämiseen, eikä sen levittäminen vaadi sisällön yksityiskohtaista jalostamista. Propagandisti pyrkii valheellista informaatiota ja vääristeleviä mielikuvia levittämällä herättämään mahdollisimman vahvoja ja väkivaltaisia tuntemuksia kohderyhmässään. Tämän kaltaista propagandaa on myös helpompi tehdä, jos kohderyhmässä vallitsee heikko tietotaso propagandan sisällön kannalta merkittävistä aiheista. Näin propagandistin erilaiset väittämät hyväksytään helpommin, vaikka niiden kuulijat eivät niitä täysin ymmärtäisikään eivätkä osaisi yhdistää niihin mitään relevanttia sisältöä. Sisällön levittämisessä propagandisti myös hyödyntää propagandan kohteena olevan ryhmän omaa tarvetta jakaa saamaansa informaatiota. (Ellul, 1969, 73-74.)

Agitoivasta propagandasta poiketen integroiva propaganda pyrkii luomaan yhteenkuuluvuutta tietyn ryhmän sisällä. Tämän kaltainen propaganda pyrkii synnyttämään yhtenäisen yhteiskunnan, missä jokainen yksilö olisi täydellisesti sopeutunut ja integroitunut osaksi yhteisöä. Integroiva propaganda pyrkii siihen, että yksilöt jakavat ryhmänsä omaksumat stereotyyppit, uskomukset ja reaktiot. Ellulin mukaan integroiva propaganda on agitoivaa vastinetiaan kattavampaa ja monimutkaisempaa. Ellul pitää integroivaa propagandaa myös merkittävämpänä huolenaiheena, sillä se muokkaa yksilöä syvällisesti ja kokonaisvaltaisesti. Integroiva propaganda on tehokasta korkeasti koulutettujen ja hyvin toimeentulevien ihmisten keskuudessa, jotka omaksuvat usein sen kaltaisia, niin sanottuja ohjaavia uskomuksia, kuten teknologia ja kansakunta. (Ellul, 1969, 75-76.) Ohjaavat uskomukset ovat Ellulin ajattelussa keskeisessä asemassa, sillä ne ohjaavat yksilön kuvaa todellisuudesta ja tekevät luokittelevia arvoasetelmia. Yksilö ei aseta ohjaavia uskomuksiaan kyseenalaisiksi tai arvioi niitä kriittisesti. Näin ollen yksilön ohjaavana uskomuksena voi esimerkiksi toimia ajatus ”edistyksestä”, jota yksilö pitää sekä hyvänä että väistämättömänä. Yksilön omaksumat uskomukset tukevat näkyvämpää propagandaa ja näin ollen propagandistien on mahdollista hyödyntää niitä lyhyemmän ajan tavoitteiden saavuttamisessa. Koska ohjaavia uskomuksia ei kyseenalaisteta, on yksilö helppo saada uskomaan myös sellaisiin väitteisiin, jotka on sidottu yhteen uskomusten kanssa. (Marlin, 2013, 4.)



Toinen tämän tutkielman kannalta merkittävä propagandan jaottelu vallitsee vertikaalisen ja horisontaalisen propagandan välillä. Klassinen käsitys propagandasta täyttää useimpien vertikaalisen propagandan tunnusmerkit. Vertikaalinen propaganda on lähtöisin poliittisesta tai uskonnollisesta auktoriteetista, joka pyrkii vaikuttamaan alapuolellaan oleviin joukkoihin ylempiarvoisesta asemasta. Propaganda tehdään pienen ryhmän sisällä ja se pyrkii sulkemaan suuret massat sisälleen joukkotiedotusvälineitä hyödyntämällä. Vertikaalisen propagandan ominaisuuksiin kuuluu, että kohteena oleva yksilö jää yksin, vaikka onkin osa suurempaa ihmisjoukkoa. Yksittäisen yksilön reaktiot on osoitettu johtajalle, eikä hän kommunikoi muiden propagandan kohteiden kanssa. Kohteet ovat passiivisia, persoonattomia ja reagoivat johdatteluun refleksinomaisella tavalla. Propagandan kohde voi toimia voimakkaastikin hänelle syötetyn aatteen puolesta, mutta vain puhutaan mekaanisesti, eikä toiminta ole kohteen mahdollisesta harhaluulosta huolimatta autonomista. Propagandan myötä yksilöstä tulee erottamaton osa suurempaa ihmisjoukkoa. Vertikaalisen propagandan vaikutukset eivät kuitenkaan ole pitkäkestoisia. (Ellul, 1969, 79-80.)

Ellul pitää horisontaalista propagandaa huomattavasti viimeaikaisempana ilmiönä. Ellulin mainitsemia esimerkkejä horisontaalisesta propagandasta ovat Kiinan valtion harjoittama propaganda ja ihmisten välisissä suhteissa vaikuttava ryhmädynamiikka. Horisontaalisessa propagandassa propaganda syntyy tietyn ryhmän sisällä, eikä tule ylhäältäpäin annettuna. Tämän ominaisuutensa vuoksi horisontaalinen propaganda pyrkii luomaan ”tietoista sitoutumista” ryhmän jäsenissä. Yksilön sitoutuminen ryhmään on tietoista, koska hän tunnistaa sen, mutta loppujen lopuksi kuitenkin tahdotonta. Yksilön sitoutumista voi pitää myös älyllisenä, koska hän voi ilmaista vakaumuksensa selkeästi ja loogisesti, mutta ei aitona, koska yksilön päättelyä ohjaavia perusteluja ja informaatiota on tarkoituksenomaisesti vääristelty ohjaamaan yksilöä kohti haluttuja lopputuloksia. Horisontaalinen propaganda on luonteeltaan opettavaista ja järkeen vetoavaa. Horisontaalisessa propagandassa propagandisti on liikuttelijan asemassa, mutta esittää olevansa tasavertaisessa asemassa muiden ryhmän jäsenten kanssa. Liikuttelija esittää ryhmälle vääristelevää informaatiota, jonka tavoitteena on johdattaa ryhmän jäseniä kohti liikuttelijan toivomia johtopäätöksiä. Propagandistin olemassaolo ja identiteetti ryhmän sisällä voivat olla salattuja. (Ellul, 1969, 80-81.)

Yksilö on merkittävässä roolissa horisontaalisen propagandan sisällä. Yksilö osallistuu aktiivisesti ryhmän toimintaan sekä aitoon ja vilkkaaseen dialogiin. Keskustelun kautta

yksilö löytää vähitellen omat näkemyksensä, jotka tulevat määrittelemään myös ryhmän identiteettiä. Toimintansa kautta yksilö tulee peruuttamattomasti ryhmän osalliseksi ja auttaa ryhmän muita jäseniä muodostamaan omat mielipiteensä, jotka ovat tosiasias-  
sa identtisiä ryhmän mielipiteiden kanssa. Näin ollen jokainen ryhmän jäsen auttaa ryhmän mielipiteen muodostuksessa, mutta ryhmä puolestaan ohjaa jokaista sen jäsentä oikean suunnan löytämisessä. Ryhmän sisällä päädytään aina ”oikeisiin” johtopäätöksiin ja odotettuun lopputulokseen. Ryhmän kehittyminen on kuitenkin hidasta ja vaatii useita tapaamisia, joissa jokaisessa muistellaan myös aikaisempia ryhmän sisäisiä tapahtumia, jotta ryhmän jäsenten jakama yhteinen kokemus saadaan muodostettua. (Ellul, 1969, 81.)

Siinä missä vertikaalinen propaganda vaatii massiivista joukkotiedotusvälineiden hyödyntämistä, vaatii horisontaalinen propaganda ihmisten suunnatonta organisoimista. Ensinnäkin yksilöt tulee asettaa yhteen tai useampaan toiminnaltaan yhtenevään ryhmään. Ryhmien tulee olla mahdollisimman homogeenisia, erikoistuneita ja pieniä. Ellulin mukaan ryhmän ihanneko-  
ko on 15-20 jäsentä, jotta jokaisen jäsenen on mahdollista osallistua aktiivisesti ryhmän toimintaan. Ryhmän jäsenten tulisi olla samaa sukupuolta, samasta yhteiskuntaluokasta, saman ikäisiä ja lähtöisin samanlaisesta ympäristöstä, jotta toimintaa häiritsevältä erimielisyydeltä välttyttäisiin. Horisontaalinen propaganda vaatii myös, ettei ryhmien välistä kontaktia ole, eikä tiettyyn ryhmään kuuluva yksilö saa olla jäsen toisessa ryhmässä, missä hän altistuisi vaihtoehtoisille vaikutteille. Tämä antaisi yksilölle mahdollisuuden löytää itsensä uudestaan ja ryhtyä vastustamaan ryhmän vaikutteita. Toinen horisontaalisen propagandan ehto koskee propagandan ja opetuksen välistä yhteyttä. Propagandan perustana ovat pienryhmät toimivat moraal-  
ia, järjenkäyttöä, psykologiaa ja kansalaistaitoja koskevan opetuksen keskuksina, mutta ovat luonteeltaan kuitenkin poliittisia. Näin ollen ryhmässä saatu opetus saa merkityksensä vain suhteessa politiikkaan. Opetus pyrkii ohjaamaan yksilöä kohti propagandistin toivomaa ihmismallia ja käytöstä ja näin ollen omaksumaan ryhmän identiteetin ja ohjaavat myytit. (Ellul, 1969, 82-83.)

”Vapaaehtoisen” sitoutumisen luominen ja itsenäisesti löydetyn ratkaisun synnyttäminen horisontaalisen propagandan avulla on metodina edistynyt ja vaativa, mutta vertikaalista propagandaa tehokkaampaa ja sitovampaa. Horisontaalinen propaganda perustuu yksilöiden osallistamiseen, jonka kautta nämä itse sitovat itsensä osaksi ryhmää. Ellul huomauttaa, että tämän kaltainen järjestelmä sopii täydellisesti yhteen tasa-arvoisten yhteisöjen kanssa, jotka väittävät olevansa demokraattisia ja pohjaavansa toimintansa niin sanottuun

kansantahtoon. Todellisuudessa ryhmät kuitenkin koostuvat keskenään samankaltaisista yksilöistä ja kuka tahansa ryhmän jäsen kykenee esittämään laajemman ryhmän tahdon. Ellulin mukaan tämän kaltainen järjestelmä onkin huomattavasti räjähdysherkkää propagandaa ankarampi ja totalitaristisempi. (Ellul, 1969, 81-84.)

Ellulin mukaan modernin ajan propagandistit hyödyntävät toiminnassaan yksilöjen tarvetta turvallisuuden ja yhteisöllisyyden tunteisiin ja yhteiskunnalliseen arvostukseen. Ellulin mielestä kokonaisvaltaista ja kaiken kattavaa propagandaa ei ollut olemassa ennen joukkotiedotusvälineitä, psykologiassa ja sosiologiassa tapahtuneita edistysaskeleita, tai valtaapitävien mahdollisuutta vaikuttaa yksittäisten ihmisten ajatteluun juurettomien, epävarmojen ja massatietoisuuden omaavien yksilöiden kontekstissa. Tämä moderni propaganda pyrkii Ellulin mukaan valtaamaan kohteensa koko identiteetin ja tietoisuuden. Onnistuakseen tavoitteissaan tämän kaltaisen kaiken kattavan propagandan täytyy kuitenkin vedota yksilön syvimpiin uskomuksiin ja arvoihin. Mikäli näin ei ole, tulee propagandistien hyödyntää toiminnassaan esipropagandaa (*pre-propaganda*), jonka avulla kohteista pyritään tekemään alttiimpia propagandistien väittämille. Esipropagandaan liittyy vahvasti vallitsevien ohjaavien uskomusten hyödyntäminen. (Marlin, 2013, 2-4.)

Propagandaa on mahdollista luokitella myös sen perusteella, mistä sen on haluttu ymmärtää olevan peräisin. Beckeriä (1949) seuraten luokittelu voidaan jakaa valkoiseen ja mustaan propagandaan. Valkoisen propagandan tapauksessa propagandisti tekee selväksi, että sisältö kumpuaa propagandan kohteena olevan ryhmän ulkopuolelta, kun taas mustalla propagandalla tarkoitetaan sisältöä, jonka jakaja esittää olevan peräisin propagandan kohteena olevan ihmisryhmän sisältä. Näin kohteena oleva ryhmä kokee informaation tulevan itsensä kaltaiselta taholta ja huijaa itseään pitämään propagandan sisältöä oman ajattelunsa tuloksena. Mustan propagandan levittäjän tulee ymmärtää jakamaansa sisältöä ja vaikuttaa uskottavalta välttyäkseen paljastumasta. (Becker, 1949, 221, 226.) On selvää, että IRA:n kaltaisen toimijan jakama sisältö voidaan luokitella mustaksi propagandaksi. Sosiaalisessa mediassa IRA:n tilit imitoivat yhdysvaltalaisia yksityishenkilöitä ja kansalaisliikkeitä (Mueller, 2019, 22).

Merkittäviin mustan propagandan tyyppeihin kuuluvat erilaiset huhut ja juorut. Tämän tyyppinen sisältö leviää nopeasti ja muuttaa muotoaan huomattavasti. Juoruja on helppo päästää liikkeelle, mutta vaikea hallita ja propagandana ne soveltuvat etenkin moraalien heikentämiseen sekä hämmennyksen ja epäjärjestyksen luomiseen. Niitä voi myös

hyödyntää kohderyhmän ”pehmittämisessä”, kun pyrkimyksenä on luoda railoa kohderyhmän eri ihmisryhmien välille. Samankaltaisina mustan propagandan lajeina voidaan pitää kohderyhmään istutettuja sukkeluuksia, ironisia huomautuksia ja vitsejä. (Becker, 1949, 222-223.)

Mustan propagandan ominaispiirteisiin kuuluu, että se saavuttaa parhaat tuloksensa propagandan kohteena olevan ihmisryhmän toiminnan takia. Kohderyhmä jakaa propagandamateriaalia keskenään usein tehokkaammin, kuin mitä propagandistille olisi mahdollista. Näin tapahtuu etenkin huhujen ja vitsien kohdalla. (Becker, 1949, 225-226.) Propagandan kohteiden rooli tuleekin ymmärtää materiaalin aktiivisina kuluttajina ja käyttäjinä, eikä vain propagandistien passiivisina uhreina. Yksilöt kyllä kuluttavat propagandaa, mutta luovat ja paketoivat informaatiota myös oma-aloitteisesti ja muodostavat näin omia totuuksiaan. (Auerbach & Castronovo, 2014, 9.)

Seuraavassa luvussa käsittelen laskennallista propagandaa. Esitän myös, miten laskennallinen propaganda suhteutuu perinteisempään propagandaan ja mihin sen toiminta perustuu.

#### 2.4. Laskennallinen propaganda

Laskennallinen propaganda on Internetissä tapahtuvan poliittisen manipulaation viimeaikainen ilmentymä. Tässä tutkielmassa tarkoitan laskennallisella propagandalla sosiaalisen median sivustoilla tapahtuvaa tietokoneavusteista virheellisen tiedon levittämistä ja poliittisesti orientoitunutta manipulatiivista toimintaa. Laskennallisella viitataan siihen, että toiminnassa hyödynnetään tietokoneiden laskentavoimaa. Kommunikatiivisena toimintana laskennallinen propaganda voi pitää sisällään muun muassa automaation, algoritmien ja ihmisohjauksen hyödyntämistä tarkoituksellisessa virheellisen tiedon hallinnassa ja levittämisessä sekä julkisen mielipiteen manipuloinnissa. (Woolley & Howard, 2018a, 2, 5, 11.) Propagandatutkimuksen kannalta propagandamateriaalia levittävien informaatioverkostojen tarkastelu onkin yhtä merkittävässä asemassa varsinaisen propagandamateriaalin sisältöä koskeva analyysin kanssa. Jaettu sisältö tulee nähdä jakelukanavasta riippuvaisena, eikä siitä erillisenä objektina. Propagandatutkimus keskittyy näin ollen informaation tuottamisen ja levittämisen verkostoihin, eikä vain yksittäisiin propagandaesimerkkeihin. (Auerbach & Castronovo, 2014, 8.)

Laskennallisen propagandan historia on lyhyt, mutta sitäkin merkittävämpi laajemmassa poliittisen propagandan perinteessä. Lukuisat tutkimukset ovat löytäneet tapauksia, joissa

valtiolliset tai muut toimijat ovat onnistuneesti vaikuttaneet julkiseen mielipiteeseen ja ihmisten käyttäytymiseen. (Woolley & Howard, 2018a, 10.) Tämän kaltaisia tapauksia on todettu muun muassa Kiinassa (Bolsover & Howard, 2019), Isossa-Britanniassa (Dawson & Innes, 2019) ja Venäjällä (Stukal ym., 2019). Kaiken kaikkiaan organisoitua sosiaalisen median välityksellä tapahtuvaa julkisen mielipiteen manipulointiin tähtäävää toimintaa on todettu ainakin 28 valtiossa vuodesta 2010 lähtien (Bradshaw & Howard, 2017, 3).

Laskennallisen propagandan tutkimuksessa tulee myös sosiaaliselle medialle antaa mahdollisimman tarkka ja kuvaava määritelmä. Sosiaalisen median voidaan katsoa koostuvan 1) tietorakenteista ja työkaluista, joita käytetään tuottamaan ja jakamaan sisältöä, jolla on yksilöllistä arvoa, mutta joka kuvastaa jaettuun arvoa, 2) henkilökohtaisista viesteistä, uutisista ja ideoista koostuvasta sisällöstä, joista muodostuu kulttuurisia tuotteita ja 3) niistä toimijoista, jotka tuottavat ja kuluttavat työkaluja ja sisältöä (Howard & Parks, 2012, 359).

Moderni teknologia on antanut nykyajan propagandisteille useita työkaluja, jotka mahdollistavat yhä suurempien ihmisjoukkojen tavoittamisen ja propagandan tarkan kohdentamisen. Laskennallisen propagandan ainutlaatuisia ominaisuuksia ovat automaatio, skaalaus ja anonyymius. Ohjelmoitujen algoritmien, automaation ja sosiaalisen median sivustojen avulla on mahdollista levittää suuria määriä informaatiota hyvinkin nopeasti. Sisältöä voidaan myös muokata vaikuttamaan siltä, että se on lähtöisin yksilön lähipiiristä. Laskennalliseen propagandaan kuuluu usein ohjelmoituja botteja, jotka automatisoivat sisällön levittämistä, valheellisia sosiaalisen median palvelujen tilejä sekä valeuutisia, eli politiikkaa ja julkista elämää koskevaa virheellistä tietoa. (Woolley & Howard, 2018a, 7.)

Yhtenä erityisen haitallisena laskennallisen propagandan muotona voidaankin pitää valheellisia uutisjuttuja, joita esimerkiksi erilaiset botit jakavat laajasti sosiaalisen median alustoilla, kuten Facebookissa, Twitterissä tai Redditissä. Nämä alustat ovat tarjonneet valtavia määriä sensaatiohakuista tai valheellisia uutisia merkittävien poliittisten tapahtumien aikana useiden viime vuosien aikana. Valheellisen uutismateriaalin tutkimusta vaikeuttaa se, että useimmat alustat antavat vain vähän tietoa siitä, kuinka paljon tämän kaltaista materiaalia on ja minkälainen vaikutus sillä on varsinaisiin käyttäjiin. Aiempi tutkimus on kuitenkin osoittanut, että sosiaalisessa mediassa suositaan sensaatiohakuista

sisältöä riippumatta siitä, onko se peräisin luotettavasta lähteestä. Automaation ja bottien hyödyntäminen antaa poliittisille toimijoille erinomaisen mahdollisuuden manipuloida ja levittää informaatiota sosiaalisen median palveluissa. (Woolley & Howard, 2018a, 13.)

Seuraavassa luvussa käsitellän laskennallisen propagandan toimintaympäristöä, erityisesti erilaisia sosiaalisen median sivustoja. Käyn läpi myös IRA:n kaltaisten valtiollisten kyberjoukkojen toimintatapoja ja näytän, miten sosiaalinen media on mahdollistanut yhä tehokkaamman informaatiovaikuttamisen ja propagandan levittämisen.

### 3 Laskennallisen propagandan toimintaympäristö, toimijat ja ominaispiirteet

Ennen IRA:n toiminnan yksityiskohtaisempaa käsittelyä on tärkeää avata laskennallisen propagandan toimintaympäristön ja IRA:n kaltaisten valtiollisten toimijoiden ominaispiirteitä sekä joitakin informaatiovaikuttamisessa yleisesti käytettyjä tekniikoita. Sosiaalisessa mediassa harjoitetun poliittisen propagandan ymmärtäminen kontekstissaan auttaa myös IRA:n toimintatapojen tunnistamisessa. Seuraavassa luvussa käsittelen sosiaalisen median ja laajemmin Internetin vaikutuksia ihmisten väliseen viestintään ja näytän miten nämä teknologiset uudistukset ovat helpottaneet poliittisen propagandan levittämistä.

#### 3.1. Sosiaalisen median vaikutus viestintään ja poliittiseen toimintaan

Sosiaalisen median eri alustat palvelevat toisistaan poikkeavia tarkoituksia. Siinä missä Facebookin, Twitterin ja Instagramin kaltaiset alustat keskittyvät sosiaalisten suhteiden muodostamiseen ja ylläpitämiseen, YouTubeen tyypiset alustat painottuvat enemmän sisällön tuottamiseen, kuten videoiden ja kuvien jakamiseen. (Seo & Ebrahim, 2016, 4.) Alustojen merkittävyyttä ja niiden tutkimuksen mielekkyyttä kuvaavat parhaiten niiden huomattavat käyttäjämäärät. Facebookilla oli vuonna 2019 2,45 miljardia aktiivista käyttäjää, Instagramilla vuonna 2018 miljardi aktiivista käyttäjää ja Twitterillä vuonna 2019 330 miljoonaa aktiivista käyttäjää. (Clement, 2018; 2019; 2020.) Käyttäjien lukumäärät tukevat käsitystä siitä, että alustoilla on merkittävä rooli poliittisen toiminnan välineinä ja keskuksina. Sosiaalisen median sivustot toimivat alustoina poliittiselle osallistumiselle ja ovat merkittävässä asemassa esimerkiksi uutisten ja informaation jakamisessa. Sosiaalinen media on etenkin nuorten keskuudessa se ensisijainen media, jonka avulla henkilökohtainen poliittinen identiteetti muodostetaan. (Woolley & Howard, 2018b, 2.)

Sosiaalisen median vaikutus ihmisten väliseen viestintään on ollut merkittävä. Muutokset ovat nähtävissä sekä kommunikaation sosiaalisissa käytännöissä että hyödynnetyissä teknologisissa työkaluissa. Kehitys on muuttanut sitä, miten poliittista keskustelua käydään ja minkälaisia tosimaailman vaikutuksia sillä voi olla. Useat sosiaalisen median alustat, kuten Facebook, Twitter tai YouTube, ovat olleet erilaisten poliittisten ja demokratiaa tukevien kansalaisliikkeiden kommunikaation ja järjestäytymisen ytimessä. Esimerkkeinä sosiaalisen median mahdollistamasta poliittisesta toiminnasta voidaan pitää niin sanottua Arabikevättä, Occupy-liikettä ja Hong Kongin sateenvarjoprotesteja. Viimeisten vuosien aikana näitä samoja sivustoja on kuitenkin hyödynnetty yhä enemmän myös poliittisen kontrollin harjoittamisessa. Riskit ovat erityisen suuria maissa, joissa tietty

sosiaalisen median alusta on saanut vahvan aseman julkisessa keskustelussa. Merkittävyytensä vuoksi sosiaalista mediaa käytetäänkin aktiivisesti julkisen mielipiteen manipulointiin. Autoritaarisissa valtioissa tämä näkyy sosiaalisena kontrollina ja demokratioissa laskennallisena propagandana. (Woolley & Howard, 2018b, 1-2.)

Sosiaalisen median mediakenttään luoman diversiteetin toivottiin aluksi estävän suuren mittaluokan propagandakampanjat. Sosiaalisen median alustojen katsottiin tarjoavan ihmisille mahdollisuuden vastustaa valtiollista propagandaa ja luoda vaihtoehtoisia diskursseja vallitseville normeille ja käytännöille. Tämä alkuperäinen optimismi kärsi kuitenkin kolauksen, kun huomattiin, että sosiaalisen median alustojen hajautettu luonne mahdollisti myös propagandan levittämisen. Näin ollen, vaikka sosiaalinen media haastoi perinteisten joukkotiedotusvälineiden monopoliaseman, antoi se myös lukuisia uusia mahdollisuuksia koordinoida ja järjestää erilaisia propaganda- ja vaikuttamiskampanjoita. Uudet teknologiset edistysaskeleet mahdollistivat poliittisten toisinajattelijoiden automaattisen tunnistamisen, poliittisen kritiikin poistamisen ja valtiollisen propagandan tehokkaan levittämisen. (Bastos & Farkas, 2019, 2.)

Uusi teknologia muutti myös tavallisen kansalaisen suhdetta median kuluttamiseen ja tuottamiseen. Internetin myötä ihmiset ovat saaneet huomattavasti lisää vaikutusvaltaa siinä, minkälaista mediaa he kuluttavat. Yhä useammin tämä näkyy yksilöityinä uutisina ja valikoituna informaationa. Vaikka uutisten luominen onkin aina ollut aktiivinen prosessi, 1900-luvun sanomalehtiin, radioon, televisioon ja uutisfilmeihin pohjautuvassa uutismedian mallissa luomistyö oli pitkälti alan ammattilaisten käsissä. Samoin, vaikka yleisön aktiivinen rooli on tiedostettu jo pitkään, on teknologinen kehitys antanut yksilöille uusia mahdollisuuksia vaikuttaa ja osallistua. Ihmiset valitsevat eri uutislähteiden ja juttujen väliltä itselleen sopivimmat ja vaikuttavat näin uutisointiin ja mediaorganisaatioihin kulutustottumustensa kautta. Yleisön aktiivisuus tulee esiin myös uutisten tulkinnassa. Yksilöt tuovat henkilökohtaiset tavoitteensa, tunteensa ja tietoisuutensa osaksi uutismedian kuluttamista ja näin uutisten herättämät uskomukset, asenteet ja käytös ovat tulosta sekä uutisten sisällöstä että yksilöjen tulkintatavoista. Yksilöt voivat myös tuottaa uutis sisältöä esimerkiksi blogien ja videoiden kautta tai käsitellä ja muokata uutisia omien mieltymystensä tai taipumustensa mukaisesti. Toiminnallaan yksilöt kykenevät myös vaikuttamaan muiden verkossa olevien ihmisten käyttäytymiseen. (Tewksbury & Rittenberg, 2012, 160-162.)



Yhtenä sosiaalisen median mahdollistaman ryhmäytymisen ja yksilön omaan ajatteluun sopivan informaation valitsemisen uhkakuvana on pidetty niin sanottujen kaikukammioiden syntymistä. Kaikukammioilla viitataan sen kaltaiseen ympäristöön, missä tietynlaista informaatiota, ideoita ja uskomuksia korostetaan ja vahvistetaan toiston ja kommunikaation kautta ja missä mahdolliset kilpailevat näkökulmat ovat aliedustettuina. Algoritmien tuottamia kaikukammioita syntyy, kun algoritmit valikoivat käyttäjille esitettävää informaatiota riippuen näiden yhteyksistä, ostoksista, hauista ja julkaisusta. Tämän seurauksena käyttäjät saattavat erkaantua sen kaltaisesta laajemmasta informaatiosta, mikä on ristiriidassa heidän omien mielipiteidensä kanssa. (Bakir & McStay, 2017, 161.) Ennen internetiä ja sosiaalista mediaa tämän kaltaisia kaikukammioita oli huomattavasti vaikeampi luoda, sillä ihmiset törmäsivät helpommin sellaiseen informaatioon, jota he eivät itse olleet valinneet. Kaikukammiot aiheuttavat yhteiskunnan pirstaloitumista ja ryhmien välinen polarisaatio saattaa synnyttää myös ääriajattelua, vihanpitoa ja jopa väkivaltaa. (Sunstein, 2017, 13, 57.)

Seuraavassa luvussa esittelen IRA:n kaltaisten valtiollisten toimijoiden ominaispiirteitä ja mahdollisia toimintatapoja.

### 3.2. Kyberjoukot ja niiden toiminta sosiaalisessa mediassa

Kyberjoukoilla voidaan tarkoittaa valtiollisia, sotilaallisia tai poliittisten puolueiden ryhmiä, jotka pyrkivät manipuloimaan julkista keskustelua sosiaalisessa mediassa. Kyberjoukot ja niiden harjoittama informaatiovaikuttaminen ja -sodankäynti ovat maailmanlaajuisia ilmiöitä. Useat valtiot ovat panostaneet mittavia resursseja sosiaalisen median vaikutuskampanjoihin, joita kohdistetaan sekä kotimaan että vieraiden valtioiden kansalaisiin. Autoritaariset valtiot ja poliittiset puolueet keskittyvät kampanjoissaan useimmiten kotimaan kansalaisiin, kun taas demokraattiset valtiot organisoivat useammin myös vieraiden valtioiden kansalaisiin kohdistuvia vaikuttamiskampanjoita. Kyberjoukot toimivat yhä useammin valtioiden palkkaamien strategisten viestintäyritysten kautta, eivätkä ne ole sidottuja perinteisiin sotilasjoukkoihin. (Bradshaw & Howard, 2017, 3.) Myös IRA noudattaa tätä toimintamallia.

Kyberjoukkojen strategiaan kuuluu informaation levittäminen valtion virallisten Internet-sivujen, sovellusten tai alustojen kautta, kommunikoiminen sosiaalisen median käyttäjien kanssa aitojen, valheellisten tai automatisoitujen tilien avulla tai erilaisen sisällön tuottaminen esimerkiksi kuvien, videoiden tai blogien kautta. Kyberjoukot hyödyntävät

toiminnassaan valheellisia sosiaalisen median tilejä todellisen identiteettinsä ja intressiensä salaamiseksi. Tämän kaltaista toimintaa kutsutaan astroturffaukseksi. Astroturffauksessa pyrkimyksenä on saada sisällön lähde vaikuttamaan ruohonjuuritason aktivismita. (Bradshaw & Howard, 2017, 9-11.) Kuten jo aiemmin tutkielmassa esitin, perustui IRA:n toiminta juuri astroturffauksen kaltaiseen imitointiin ja järjestön todellisen identiteetin salaamiseen.

Kyberjoukkojen toimintaan kuuluu olennaisena osana sosiaalisessa mediassa käytävään keskusteluun osallistuminen ja erilaisten päivitysten kommentointi. Kommentoinnin laatu vaihtelee tavoitteen mukaan. Kyberjoukot voivat levittää ja vahvistaa positiivisia viestejä, jotka tukevat poliittisen johdon tavoitteita ja linjauksia. Tämän kaltaista toimintaa on todettu esimerkiksi Israelissa, jossa valtiolliset kyberjoukot pyrkivät kohdentamaan hallitusta myötäileviä viestejä maan poliittista johtoa kritisoiville yksilöille. Kyberjoukkojen harrastamaan negatiiviseen kommentointiin kuuluvat sen sijaan ahdistelu, häirintä ja niin sanottu trollaus. Myös tämän kaltaista viestintää kohdistetaan usein poliittista johtoa kritisoiville käyttäjille. Esimerkiksi Meksikossa journalisteihin on kohdistunut jatkuvaa häirintää hallituksen tukemien kyberjoukkojen taholta. (Bradshaw & Howard, 2017, 9.) Trollausta voidaan pitää muiden käyttäjien tahallisenä ärsyttämisenä ja häirintänä. Trollien tavoitteena on aiheuttaa kohteissaan tunneperäisiä reaktioita. Laajemmin trollit pyrkivät johtamaan muita käyttäjiä harhaan, synnyttämään konflikteja ja luomaan poliittiseen järjestelmään kohdistuvaa epäluottamusta. (Badawy ym., 2019, 162.)

Kyberjoukkojen harrastama kommentointi ei kuitenkaan ole aina luokiteltavissa puhtaasti positiiviseen tai negatiiviseen viestintään. Joukkojen viestintästrategiana voi olla myös huomion ohjaaminen tai siirtäminen jotain asiaa ympäröivästä keskustelusta. Vallitsevaa keskustelua voi myös korruptoida kaappaamalla suosittuja aihetunnisteita (*hashtag*), eli julkaisemalla runsaasti varsinaiseen aiheeseen liittymättömiä viestejä suosituksen alla, vaikeuttaen näin asiaan liittyvää aiheellista keskustelua. Oli kommenttien sävy sitten positiivinen, negatiivinen tai neutraali, on kyberjoukkojen pyrkimyksenä useimmiten levittää tunteita herättäviä viestejä ja vetää kansalaisten huomio pois alkupe- räisestä poliittisesta kysymyksestä kohti sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa kommentointia. (Bradshaw & Howard, 2017, 9-10.)

Kyberjoukot saattavat hyödyntää toiminnassaan myös automaatiota ja botteja. Botit ovat automatisoituja tietokoneohjelmia, joita hyödynnetään erilaisissa tietojenkäsittelyyn

liittyvissä rutiinitehtävissä. (Howard ym., 2018, 81-82.) Bottien rooli Internetissä on huomattava. Erilaisten bottien on arvioitu tuottavan 10 % sosiaalisen median sisällöstä ja 62 % kaikesta Internet-liikenteestä. (Woolley & Howard, 2016b, 286-287.) Pelkästään Twitterissä yli kolmasosan käyttäjistä on arvioitu olevan botteja. Sosiaalisessa mediassa toimivien bottien lukumäärän on myös arvioitu kasvavan. (Woolley & Howard, 2018a, 11.) Bottien ja aitojen ihmisten hallinnoimien hybridibottitilien takana olevien algoritmien onkin pelätty heikentävän sosiaalisen median poliittista, kommunikatiivista ja organisatorista potentiaalia. (Woolley & Howard, 2016a, 4885).

Botit voidaan jakaa legitiimeihin ja pahantahtoisiin. Legitiimit botit tuottavat esimerkiksi suuria määriä uutisaiheisia twiittejä tai päivittävät sosiaalisen median sisältöä. Pahantahtoiset botit taas levittävät roskapostia jakamalla vetoavaa tekstisisältöä ja pahantahtoiseen sisältöön johtavia linkkejä. Niin sanotulla poliittisella botilla tarkoitetaan sen kaltaista käyttäjätiliä, joka kykenee tiettyjen annettujen ominaisuuksien tai ohjelmoinnin avulla käymään automatisoitua politiikkaan liittyvää vuorovaikutusta toisten käyttäjätilien kanssa. (Howard ym., 2018, 83-85.)

Poliittisessa kommunikaatiossa botteja hyödynnetään muun muassa kasvattamaan käyttäjien seuraajamääriä sosiaalisessa mediassa, uudelleentwiittaamaan poliittisten ehdokaiden julkaisemaa sisältöä Twitterissä, hyökkäämään poliittisia vastustajia kohtaan Facebookissa tai hiljentämään aktivistien keskustelua Redditissä (Woolley & Howard, 2016a, 4885). Botit imitoivat aitoja käyttäjiä manipuloidakseen julkista mielipidettä. Poliittiset botit voivat luoda mittavan kannatuksen illuusion tietyn asian tai ehdokkaan ympärille pyrkien näin lisäämään ajetun poliittisen esityksen tai ehdokkaan todellista kannatusta. Botit myös demokratisoivat propagandan levittämistä antamalla lähes kelle tahansa mahdollisuuden voimistaa sosiaalisen median interaktioita omien tarkoituksien tukemiseksi. (Woolley & Guilbeault, 2018, 2-4.)

Poliittisilla boteilla on aktiivinen, mutta pitkälti tuntematon rooli sosiaalisen median alustoilla käydyssä poliittisessa keskustelussa. Bottien kokonaisvaikutusta poliittiseen diskurssiin onkin vaikea arvioida. Aikaisempi tutkimus kuitenkin viittaa siihen, että botteja hyödynnetään pääosin negatiivisessa kampanjoinnissa. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa botteja käytettiin aggressiivisimmin ajamaan maan eroa Euroopan unionista. (Howard ym., 2018, 87.)

Poliittisten bottien olemassaolon ja niiden erilaisten käyttömahdollisuuksien tunnistaminen auttaa ymmärtämään IRA:n kaltaisten toimijoiden mahdollisuuksia manipuloida sosiaalisessa mediassa käytävää julkista keskustelua. Bottien toiminnan tarkastelu antaa käsityksen siitä miten vaikuttavaa ja kohdennettua poliittinen propaganda voi nykypäivänä olla.

Toinen paljon huomiota saanut erilaisten kyberjoukkojen mahdollinen vaikuttamiskeino on erilaisten valheellisten uutisten levittäminen sosiaalisessa mediassa. Valeuutiset ovat erityisen ongelmallisia etenkin siksi, että ne tuottavat omiin kaikukammioihinsa eristäytyneitä väärin informoituja kansalaisia. Usein provokatiivisen luonteensa takia valeuutiset aiheuttavat ihmisissä myös kauhistuneisuutta ja vihaa. (Bakir & McStay, 2017, 159.)

Valeuutisille on annettu useita toisistaan poikkeavia määritelmiä. Näihin kuuluvat muun muassa ”propagandaviihde” (Khaldarova & Pantti, 2016, 893), sen kaltainen sisältö joka ”hämärtää rajoja faktan ja fiktion välillä” (Berkowitz & Schwartz, 2016, 4) ja ”satiirin hyödyntäminen julkisista asioista keskusteltaessa” (Marchi 2012, 253). Kattavammin valeuutiset voidaan jakaa seitsemään toisistaan poikkeavaan kategoriaan. Näitä ovat 1) väärä yhteys; missä otsikot, kuvatekstit tai kuvat eivät tue varsinaista sisältöä, 2) väärä konteksti; missä aitoa sisältöä jaetaan yhdistettynä väärään kontekstuaaliseen informaatioon, 3) manipuloitu sisältö; missä aitoja kuvia tai informaatiota manipuloidaan harhaanjohtaviksi, 4) harhaanjohtava sisältö; missä informaatiota hyödynnetään harhaanjohtavasti kehystämään tietty aihe tai yksilö tietyllä tavalla, 5) teeskentelevä sisältö; missä teeskennellään aitoja informaation lähteitä, 6) väärennetty sisältö; missä sisältö on täysin valheellista ja sillä pyritään johtamaan harhaan tai vahingoittamaan ja 7) satiirinen sisältö; millä on mahdollisuus huijata, mutta mikä ei pyri vahingoittamaan. (Bakir & McStay, 2017, 154.)

Tämän tutkielman kannalta merkittävänä valeuutisten ominaisuutena voi pitää sitä, että niiden levitys tapahtuu pitkälti verkossa, missä ihmiset hyväksyvät helposti epätarkkaa tai epämääräisestä lähteestä peräisin olevaa informaatiota faktatietona. Laajemmin valeuutisilmiön taustalla vaikuttavat perinteisen median taloustilanteen heikentyminen, yhä nopeampi uutissykli, käyttäjälähtöisen tai propagandistien levittämän harhaanjohtavan tai valheellisen informaation nopea leviäminen, verkossa käytävän keskustelun muuttuminen entistä tunnepitoisemmaksi ja yhä suurempi sen kaltaisten ihmisten joukko, jotka

pyrkivät hyötymään taloudellisesti sosiaalisen median alustojen ja hakukoneiden käyttämisestä algoritmeista. (Bakir & McStay, 2017, 154-155).

Demokraattisen poliittisen järjestelmän kannalta valeuutiset ovat merkittävä uhka yhteiskunnan toiminnalle. Mikäli tunteisiin vetoavat ja provosoivat valeuutiset leviävät estoitta suljetuissa yhteisöissä ja mikäli ihmisiä houkutellaan epäilemään faktatietoon perustuvia tosiasioita valtamedian mainetta vahingoittamalla, ajaudutaan yhä kauemmaksi Habermasin hahmottelemasta ideaalista julkisesta sfääristä, joka pyrkii luomaan konsensusta antamalla jokaiselle yksilölle mahdollisuuden rationaaliseen keskusteluun, johon kuuluu muiden esittämien näkökulmien kuunteleminen ja yhdessä päätetystä etenemistavasta sopiminen (Habermas, 1984). (Bakir & McStay, 2017, 162.)

Seuraavassa luvussa esittelen tarkemmin IRA:n taustoja ja toimintaa.

#### 4 Internet Research Agency

Jowettin ja O'Donnellin (2006) propagandatutkimuksen mallia seuraten, pyrin antamaan tutkielmassani mahdollisimman kattavan kuvan IRA:sta toimijana sekä sen tuottamasta ja jakamasta propagandasisällöstä. Näin pyrin selvittämään IRA:n propagandakampanjan tarkoituksen, kontekstin ja kohdeyleisön, IRA:n organisatorisen rakenteen, tavat, joilla IRA pyrki hyödyntämään mediaa propagandansa levittämisessä ja miten järjestö pyrki maksimoimaan propagandansa vaikutukset. (Jowett & O'Donnell, 2006, 270.) Tämän tutkielman ulkopuolelle jäävät kysymykset siitä, minkälaisia reaktioita propaganda on kohdeyleisössä aiheuttanut, tai minkälaisia tosimaailman seurauksia sillä on ollut. Jätän huomiot myös mahdollisen vastapropagandan ja muut toimet, joilla IRA:n propagandaan on pyritty vastaamaan.

IRA:n kaltaisen järjestön kohdalla kaikkien yllä mainitsemieni ulottuvuuksien täydellinen avaaminen voi olla erityisen haastavaa. Identiteettinsä salaavien sosiaalisen median tilien alkuperää on usein vaikea selvittää. Siinä missä täysin automatisoidun bottitilin voi tunnistaa sen poikkeavasta toiminnasta, on ihmisen hallinnoimaa valheellista tiliä huomattavasti vaikeampi tunnistaa. Laskennallisen propagandan tutkimuksessa valheellisten käyttäjätilien tunnistaminen vaatiikin usein yhteistyötä sosiaalisen median yhtiöiden kanssa, jotka ovat perinteisesti olleet haluttomia tarjoamaan apuaan. (Farkas & Bastos, 2018, 282.)

Seuraavassa luvussa esittelen IRA:n taustaa, aiempaa toimintaa ja organisatorisia ominaisuuksia. Tämän jälkeen siirryn käsittelemään Yhdysvaltoihin kohdistunutta propagandakampanjaa.

##### 4.1. IRA:n tausta ja aiempi toiminta

IRA:n kaltaisen organisaation taustojen kattava kuvaaminen on haastavaa. IRA:n omistajaksi on nimetty venäläinen oligarkki Jevgeni Prighozin ja järjestöä on yleisesti pidetty Venäjän valtion välineenä (Linvill ym., 2019, 292). IRA:n toiminta sosiaalisessa mediassa ulottuu ainakin vuoteen 2009 asti. Tällöin järjestö julkaisi lähinnä Twitterissä venäjänkielistä ja Venäjän kansalaisille suunnattua sisältöä (Howard ym., 2018, 9).

Suuri osa IRA:n toimintaa koskevista tiedoista on saatu haastattelemalla järjestön entisiä työntekijöitä. Haastattelujen avulla on saatu muodostettua kuvaa siitä, mitkä toimintamallit ohjaavat IRA:n toimintaa Internetin eri sivustoilla ja miten järjestön operaatiot on

organisoiu. Haastattelujen perusteella IRA:n toiminnassa vallitsee perinteinen työnjako eri osastojen välillä. Järjestön osastot ovat voineet erikoistua esimerkiksi tiettyyn kohde- maahan tai sosiaalisen median sivustoon. Siinä missä yhden yksikön vastuulla on erilais- ten meemien julkaiseminen, keskittyy toinen yksikkö muiden käyttäjien tekemien julkai- sujen kommentointiin. Yksittäiset IRA:n työntekijät voivat olla vastuussa useiden val- heellisten sosiaalisen median tilien pyörittämisestä. Työntekijöiden odotettiin muun mu- assa kommentoivan erilaisia uutisartikkeleita 50 kertaa päivässä tai ylläpitävän kuutta Fa- cebook-sivua, joilla heidän tuli kommentoida kolme kertaa päivässä. Tämän lisäksi työn- tekijöiden tuli osallistua keskusteluun erilaisissa Facebook-ryhmissä ja tavoitella 500 Fa- cebook-seuraajaa ensimmäisen toimintakuukautensa aikana. (Dawson & Innes, 2019, 2.)

IRA:n toiminnassa on havaittu ainakin kolme erilaista strategiaa, joiden avulla järjestö on pyrkinyt kasvattamaan julkaisemansa sisällön kattavuutta ja vaikuttavuutta. Näitä ovat sosiaalisen median seuraajien ostaminen, seuraajien ”kalastelu” ja narratiivien vaihtami- nen. Seuraajien ostamisella tarkoitetaan sitä, ettei esimerkiksi ylläpidetyn Facebook-si- vun seuraajamäärää pyritä kasvattamaan orgaanisesti ”aitojen” seuraajien kautta. Tämän sijaan ostetaan valheellisia sosiaalisen median tilejä seuraamaan haluttuja sivuja ja anta- maan näin vaikutus aidosta kannatuksesta. Seuraajien ”kalastelulla” taas viitataan siihen, että IRA:n työntekijät pyrkivät seuraamaan vaihtelevasti tuhansia uusia sosiaalisen me- dian tilejä tavoitteenaan, että nämä vastavuoroisesti seuraisivat IRA:n ylläpitämää tiliä. Narratiivien vaihtamisella viitataan tässä siihen, että IRA:n valheelliset tilit saattoivat aluksi julkaista lähinnä arkipäivästä, valheellisen identiteettinsä mukaista informaatiota, mutta siirtyä ajan kanssa julkaisemaan avoimen poliittista ja Venäjän valtiollista linjaa tukevia julkaisuja. (Dawson & Innes, 2019, 1-6.)

#### 4.2. Yhdysvaltoihin kohdistunut operaatio

Venäläisten toimijoiden sekaantuminen Yhdysvaltojen vuoden 2016 presidentinvaaleihin voidaan jakaa kolmeen eri operaatioon. Näitä olivat pyrkimys hakkeroida Yhdysvaltojen sähköisiä äänestysjärjestelmiä, Venäjän federaation turvallisuuspalvelun Yhdysvaltojen demokraattipuolueeseen ja sen presidenttiehdokas Hillary Clintoniin kohdistunut ky- berhyökkäys sekä laaja ja pitkäkestoinen Yhdysvaltojen kansalaisiin kohdistunut vaikut- tamisoperaatio, jolla pyrittiin poliittiseen vaikuttamiseen ja Yhdysvaltojen yhteiskunnal- lisen jakautumisen kärjistämiseen. (DiResta ym., 2018, 4.) Tässä tutkielmassa tarkastelen

juuri tätä sosiaalisessa mediassa käytyä vaikutuskampanjaa. IRA:n toiminta perustui pitkälti laskennallisen propagandan hyödyntämiseen. (Howard ym., 2018, 3.)

IRA:n Yhdysvaltojen kansalaisiin kohdistuva vaikuttamisoperaatio sai alkunsa vuonna 2012. Tällöin järjestön strategia pohjautui pitkälti sen aiempaan toimintaan Venäjällä ja Itä-Euroopan maissa. Aluksi IRA:n toiminta keskittyi Twitteriin, mutta levisi nopeasti myös muille sosiaalisen median alustoille, kuten Facebookiin, Instagramiin ja YouTubeen. Järjestö myös muokkasi vanhoja sosiaalisen median tilejään tarpeittensa mukaan ja ohjasi niitä tuottamaan Yhdysvaltoja koskevaa englanninkielistä sisältöä. (Howard ym., 2018, 3-4, 9.) IRA hyödynsi aluksi pääasiallisesti Yhdysvaltojen kansalaisia imitoivia sosiaalisen median tilejä, mutta vuoden 2015 alusta IRA loi yhä enemmän suuria sosiaalisen median ryhmiä tai sosiaalisen median sivustoja, jotka esittivät olevansa erilaisia poliittisia ruohonjuuritason organisaatioita (Mueller, 2019, 22).

IRA:n operaation aikana julkaisemaan sisältöön kuuluivat erilaiset maksetut mainokset sekä orgaani alkuperäinen sisältö. IRA:n aktiivisuuden huippujen on todettu osuvan yhteen Yhdysvaltojen politiikan merkittävien päivämäärien ja muiden kansainvälisten tapahtumien kanssa. IRA hyödynsi toiminnassaan myös verkkomainonnasta peräisin olevia työkaluja. Se levitti propagandaa ja harhaanjohtavaa informaatiota useilla sosiaalisen median alustoilla luomalla ja hallinnoimalla erilaisia mainoskampanjoita. Sisältöä levitettiin valheellisten ja erilaisia aktivistiryhmiä imitoivien käyttäjätilien kautta. Strategiaansa hyödyntämällä IRA pystyi tavoittamaan kohdeyleisönsä useiden eri alustojen kautta ja järjestön sisältöä onkin julkaistu ja kohdennettu johdonmukaisesti alustasta riippumatta. IRA pyrki strategiallaan antamaan hyödyntämistään valheellisista sosiaalisen median käyttäjätileistä uskottavan kuvan ylläpitämällä tilien toimintaa useilla eri sosiaalisen median sivustoilla. Käyttäjätilien imagoa kiillottamalla IRA pyrki tekemään propagandan kohderyhmästä vastaanottavaisempaa julkaistulle sisällölle. Toiminnan hajauttaminen usealle sosiaalisen median sivustolle mahdollisti myös toiminnan painopisteen siirtämisen alustalta toiselle, kun tutkimukset IRA:n toiminnasta alkoivat. (Howard ym., 2018, 3-4, 8.)

IRA:n Yhdysvaltoihin kohdistuva operaatio kasvoi mittasuhteiltaan huomattavan suureksi. Operaation on arvioitu tavoittaneen 126 miljoonaa ihmistä Facebookissa, 20 miljoonaa käyttäjää Instagramissa ja 1,4 miljoonaa käyttäjää Twitterissä. Tämän lisäksi järjestö tuotti yli 1000 videota YouTubeen. Näin suuren ihmisryhmän tavoittamisessa



onnistuttiin julkaisemalla suuria määriä sisältöä eri sosiaalisen median sivustoilla. Twitterissä IRA julkaisi lähes 4000 tilin kautta noin 10,4 miljoonaa twiittiä, joista noin 6 miljoonaa sisälsi alkuperäissisältöä. Instagramin kautta IRA julkaisi noin 116 000 julkaisua 133 eri tilin kautta ja Facebookissa noin 61 500 julkaisua 81 Facebook-sivun välityksellä. IRA:n toiminnan mahdollisti yli 25 miljoonan Yhdysvaltain dollarin budjetti ja esimerkiksi pelkästään vuoden 2017 operatiivinen budjetti oli 12,2 miljoonaa dollaria. (DiResta ym., 2018, 6-7.)

IRA:n operaatiota tarkastelevat alustavat tutkimukset ovat nimenneet useita toiminnan sisältämiä temaattisia painotuksia. IRA:n ylläpitämät sosiaalisen median sivustot ja ryhmät kattavatkin erittäin laajan poliittisten kysymysten kentän. Tunnistettuihin ryhmiin lukeutuivat esimerkiksi erilaiset konservatiiviset ryhmät, sosiaalista oikeudenmukaisuutta, esimerkiksi afroamerikkalaisten tai seksuaalisvähemmistöjen oikeuksia ajavat ryhmät ja uskonnolliset ryhmät. Vuoden 2016 presidentinvaalien lähestyessä IRA julkaisi myös yhä enemmän presidenttiehdokas Donald Trumpia kannattavaa sekä ehdokas Hillary Clintonia kritisoivaa sisältöä (Mueller, 2019, 24-25.)

IRA:n toiminta tähtäsi myös äänestysinnon tukahduttamiseen ja äänestysääntöihin liittyvän epäselvyyden kasvattamiseen. Tämän lisäksi IRA kehotti äänestäjiä välttämään valtapuolueita ja äänestämään pienempiä ehdokkaita. IRA tuki julkaisuissaan myös erilaisia kapinaliikkeitä ja ajoi valtiollista irtaantumista. IRA tuki muun muassa Texasin ja Kalifornian osavaltioiden itsenäistymistä ajavaa liikehdintää ja julkaisi valtion hallintoa vastustavaa sisältöä paikallis-, osavaltio- ja liittovaltiotasolla. Useimmiten IRA tähtäsi toiminnassaan ryhmien sisäisen yhteenkuuluvuuden korostamiseen ja ulkopuolisten ryhmien demonisointiin. (DiResta ym., 2018, 8-9, 12.) Verkossa tapahtuvan toiminnan lisäksi IRA organisoி myös poliittisia mielenosoituksia. Valtaosa mielenosoituksista keskittyi presidentinvaaleihin ja ehdokas Donald Trumpin tukemiseen tai ehdokas Hillary Clintonin vastustamiseen. (Mueller, 2019, 29-31.) Seuraavassa luvussa esittelen tutkielmani tutkimusaineiston ja hyödyntämäni tutkimusmenetelmät.

## 5 Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tässä luvussa kerron mistä tutkimusaineistoni on peräisin, mitä se sisältää ja miten olen rajannut sen tutkielmaani sopivaksi. Käsittelen myös aineistoni heikkouksia ja vahvuuksia. Tämän jälkeen esittelen tutkimusmenetelmäni sisällönanalyysin ja kehysanalyysin. Tutkielmani pääasiallinen tutkimusmenetelmä on kehysanalyysi. Esittelen kehysanalyysin teoreettista taustaa, perustelen sen valintaa tutkielmani menetelmäksi ja näytän, miten kehysanalyysia on aiemmin hyödynnetty tutkimusaineistoni kaltaisen sisällön analyysissa.

### 5.1. Yhdysvaltain tiedustelukomitean kooste IRA:n Facebook-julkaisuista

Tutkielmani aineisto koostuu Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitean julkaisemista, IRA:n Facebook-toimintaa kuvaavista esimerkkijulkaisuista. Julkaisut ovat ladattavissa komitean verkkosivuilta julkaisuvuoden ja vuosineljänneksen mukaan (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2020b). Julkaisut latautuvat koneelle PDF-tiedostoina. En ole liittänyt tutkimusaineistoani tutkielmani osaksi, sillä se kasvattaisi sivumäärää useilla sadoilla sivuilla.

Tiedustelukomitea on julkaissut aineiston osana Venäjän informaatiovaikuttamiskampanjaa käsittelevää koostettaan. Julkaisut on koottu komitean sosiaalisen median yhtiöiden julkisen kuulemisen yhteydessä vuonna 2017. Facebook-aineiston lisäksi tiedustelukomitea on julkaissut esimerkkejä IRA:n toiminnasta muilla sosiaalisen median sivustoilla, kuten Twitterissä. (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2020a.)

Julkaisut ovat IRA:n ostamia Facebook-mainoksia, jotka ovat esiintyneet sivustolla vuosina 2015-2017. Aineisto sisältää sekä tekstimuotoista että visuaalista sisältöä. (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2020a.) IRA:n julkaisuista puhuminen maksettuina mainoksina on hyvä ymmärtää niiden levittämismekanismien, eikä niiden sisältämän sisällön kautta. Tässä tutkielmassa viitataan aineistoon julkaisuina, jotta en antaisi vääristelevää kuvaa aineiston sisällöstä.

Tiedustelukomitean julkaisemat IRA:n Facebook-julkaisut koostuvat enintään kolmesta sivusta. Julkaisuihin mahdollisesti liitetty kuva on esitetty tiedoston viimeisellä sivulla. Ensimmäisellä sivulla näkyy julkaisuun liittyvä sanallinen viesti ja erilaista metadataa julkaisusta. Julkaisua koskeva metadata näyttää millä verkkosivulla julkaisu on ilmestynyt (*ad landing page*), mikä sen kohderyhmä on (*ad targeting*), mihin se on verkkosivulla

sijoitettu (*placements*), kuinka monta kertaa julkaisu on näkynyt eri käyttäjien ruuduilla (*ad impressions*), kuinka monta kertaa julkaisua on klikattu (*ad clicks*), kuinka paljon julkaisun tekemisestä on maksettu (*ad spend*), koska se on luotu (*ad creation date*) ja mihin asti sitä on verkkosivulla näytetty (*ad end date*). Olen hyödyntänyt metadatan sisältämää informaatiota myös sisällön- ja kehysanalyysin yhteydessä tekemässäni luokitelussa, mikäli julkaisun sisältämä informaatio on muuten ollut epäselvää. Viittaan tutkielmassani julkaisuihin käyttämällä niiden tunnistenumeroa (*Ad ID*) ja luomispäivämäärää. Selkeyden vuoksi näytän esimerkin julkaisujen sisältämästä metadatasta alla olevassa kuvassa 1.

```

Ad ID 326
Ad Text Since 2010, over 350 of our lives have been taken at the hands of police.
        Those lives of which, were made to be worthless because of our race. Each
        time we die, many of your people, and those who stand by you, justify the
        taking of our lives, because they believe we are not human, and are not
        worthy of life.

        Why should we be a target for police violence and harassment?
Ad Landing Page https://www.facebook.com/Black-Matters-1579673598947501/
Ad Targeting Location: United States: Baltimore Maryland; Ferguson, St. Louis Missouri;
        Cleveland Ohio
        Age: 18 - 65+
        Placements: News Feed on desktop computers or News Feed on mobile
        devices
Ad Impressions 1,478
Ad Clicks 517
Ad Spend 99.97 RUB
Ad Creation Date 06/11/15 03:13:16 AM PDT
Ad End Date 06/12/15 03:13:16 AM PDT

```

### **Kuva 1:** Julkaisujen sisältämä metadata

Tutkimusekonomisista syistä en huomioi kaikkia vuosien 2015-2017 esimerkkijulkaisuja tutkielmassani. Olen rajannut tarkasteluni kolmeen kuukauteen: kesäkuuhun 2015, huhtikuuhun 2016 ja huhtikuuhun 2017. Kuukausien valintaa on rajoittanut se, ettei tiedustelukomitea ole julkaissut tietoja jokaisen vuoden kaikilta kuukausilta, tai esimerkkijulkaisuja ei näiltä kuukausilta ole. Olen valinnut yhden kuukauden jokaiselta vuodelta, jotta aineiston sisältämä mahdollinen ajallinen vaihtelu saadaan huomioitua. Olen suomentanut esiin nostamieni julkaisujen sisältämät vieraskieliset tekstit. Suomentamisen yhteydessä olen pyrkinyt muokkaamaan alkuperäisen viestin sisältöä mahdollisimman vähän. Tämän takia lainauksissani esiintyvä sanasto voi olla paikoitellen vähättelevää tai muuten poliittisesti epäkorrektia.

Tekemäni määrällisen sisällönanalyysin yhteydessä olen käynyt aineiston alustavasti läpi ja poistanut julkaisujen joukosta kaikki Facebookin ulkopuoliset julkaisut. Tämän kaltaisia julkaisuja oli huomattavan vähän ja niihin lukeutuivat esimerkiksi IRA:n Instagramissa tekemiä julkaisuja ja IRA:n omilla sivustoillaan julkaisemia viestejä. Tämän lisäksi poistin aineistosta useammat kopiot samoista julkaisuista. Näissä julkaisuissa sekä niiden teksti että siihen mahdollisesti yhdistetty kuva olivat täysin identtiset. Rajasin aineistoni ulkopuolelle erilaiset puhtaan viihteelliset Internet-meemit. Meemit voidaan määritellä korkeatasoisiksi käsitteiksi tai ideoiksi, jotka leviävät kulttuurin sisällä. Internetissä meemit koostuvat usein tietyn kuvan, videon tai kliseen muunnoksista, jotka jakavat yhteisen teeman ja joita levitetään suurelle yleisölle. Useat meemit ovat muodostuneet olennaiseksi osaksi Internet-kulttuuria. Meemit ovat luonteeltaan useimmiten ironisia, mutta ne voivat olla myös pahantahtoisia ja osa poliittista propagandaa. (Zannettou ym., 2018, 188-189.) Olen huomioinut tarkastelussani IRA:n julkaisemat erilaiset poliittiset ja yhteiskunnalliset meemit, jotka ovat pyrkineet herättämään keskustelua tietyistä yhteiskunnallisista aiheista tai ohjaamaan yleisön ajattelua tiettyyn suuntaan. Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitean julkaisemasta aineistosta huomattavan suuri osa koostui puhtaan viihteellisestä meemisisällöstä. IRA onkin todennäköisesti hyödyntänyt tämän kaltaista sisältöä Facebook-tiliensä seuraajamäärien kasvattamisessa.

Karsin aineistosta myös sellaiset julkaisut, joita on esimerkiksi yksityishenkilöiden suojelemiseksi muokattu niin paljon, ettei niiden sisältämän informaation tulkitseminen ollut mielekästä. Useimmiten tämän kaltaisissa julkaisuissa tekstiä tai kuvia on tummennettu. Rajaamisen jälkeen aineistooni valikoitui yhteensä 391 julkaisua.

Hyödyntämäni tutkimusaineiston voi katsoa sisältävän sekä heikkouksia että vahvuuksia. Ensiksikin on huomattava, ettei tiedustelukomitea ole perustellut IRA:n toimintaa kuvaavien esimerkkijulkaisujen valintaansa. Näin ollen ei ole varmuutta siitä, onko esimerkkiaineiston valinnassa painotettu joitain tiettyjä näkökulmia tai onko joitakin näkökulmia jätetty kokonaan sen ulkopuolelle. Komitea ei myöskään ole julkaissut yksityiskohtaista tietoa siitä, miten se on IRA:n julkaisut kerännyt. Aineiston vahvuutena voi pitää sitä, että sen voi katsoa olevan peräisin luotettavasta lähteestä. IRA:n kaltaisen järjestön toiminnasta voi olla haastavaa löytää varmennettua tietoa, jonka pohjalta tutkimusta olisi mielekästä tehdä. Tämän lisäksi Facebook on käynyt aineiston läpi keräämisen yhteydessä ja poistanut siitä kaikki yksittäisten henkilöiden tunnistamisen mahdollistamat tiedot (Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea, 2020a). Tätä tutkimusaineiston

merkittävää ominaisuutta voidaan pitää erityisen tärkeänä sosiaalista mediaa käsittelevässä tutkimuksessa.

## 5.2. Määrällinen sisällönanalyysi ja propagandalajien luokittelu

Ennen tutkimusaineiston yksityiskohtaisempaa tarkastelua pyrin muodostamaan siitä kattavan yleiskuvan määrällisen sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysin tavoitteena on esittää tutkimusaineisto selkeässä ja tiivistetyssä muodossa, hävittämättä sen sisältämää informaatiota. Tämä tapahtuu määrittelemällä aineistosta luokkia ja laskemalla, kuinka monta kertaa luokat esiintyvät aineistossa. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.)

Tutkielmassa harjoittamani määrällinen sisällönanalyysi on aineistolähtöistä. Luokittelen IRA:n julkaisut niiden hallitsevien aihepiirien mukaan luokkiin, jotka osoittavat mitä aiheita tai ilmiöitä IRA julkaisuissaan käsittelee. Sisällönanalyysi on menetelmänä varsin yksinkertainen, mutta sen jälkeen sekä tutkijan että lukijan on helpompi tarkastella aineiston mielenkiintoisia kohtia yksityiskohtaisemmin (Vehkalahti, 2017, 86). Määrällinen tarkastelu antaa myös alustavaa tietoa siitä, mitkä kehykset nousevat hallitsevaan asemaan aineiston varsinaisessa analyysissä.

Hyödynnän määrällistä luokittelua myös IRA:n käyttämien propagandalajien selvittämisessä. Luokittelun kautta tarkastelen, minkälaisen viestinnällisten keinojen avulla IRA on pyrkinyt lisäämään propagandansa vaikuttavuutta. Aiemmin tutkielmassa esittelemäni propagandalajeja koskeva teoriapohja näkyy vahvasti harjoittamassani IRA:n keinojen tunnistamisessa ja nimeämisessä.

## 5.3. Kehysanalyysi

Tutkielmani varsinainen tutkimusmenetelmä on kehysanalyysi. Kehystämistä tarkastelevalla viestintätutkimuksella voidaan katsoa olevan neljä mahdollista tavoitetta. Näitä ovat 1) temaattisten yksikköjen, eli kehysten tunnistaminen, 2) kehyksiä synnyttävien olosuhteiden tutkiminen 3) kehysten ja yksilön aiemman tietämyksen välisen vuorovaikutuksen tarkastelu ja sen tutkiminen, miten kehykset vaikuttavat yksilön harjoittamiin tulkintoihin, arviointiin, päätöksentekoon ja informaation mieleen palautumiseen ja 4) kehysten aiheuttamien yhteiskunnallisten vaikutusten tutkiminen. (D'Angelo, 2002, 873.) Tämän tutkielman tavoitteet osuvat pääosin tämän jaottelun ensimmäiseen kohtaan. Kehysanalyysin avulla pyrin selvittämään, mitä aiheita ja näkökulmia IRA viestinnässään korostaa. Jaan julkaisut eri luokkiin niiden sisältämien hallitsevien kehysten perusteella.

Tutkimusekonomisista syistä en tarkastele kaikkia IRA:n julkaisuja syvällisesti, vaan nostan esiin muutamia kuvaavia esimerkkejä kunkin kehyksen kohdalla.

Ennen kehysanalyysin teoriapohjan yksityiskohtaisempaa käsittelyä on hyvä tuoda esiin menetelmän mahdollisia heikkouksia ja siihen kohdistunutta kritiikkiä. Yhtenä tämän kaltaisena heikkoutena voidaan pitää sitä, että kehysanalyysin tuottamat tulokset ovat vahvasti riippuvaisia tutkijan henkilökohtaisista tulkinnoista ja taustasta. Tässä tutkielmassa tekemäni johtopäätökset ovat riippuvaisia omasta kulttuurisesta, henkilökohtaisesta ja akateemisesta taustastani ja näin ollen tietystä näkökulmasta tehtyjä. Kehysanalyysin kaltaisen tulkinnanvarainen laadullinen tutkimus mahdollistaa aineiston yksityiskohtaisen analyysin, mutta asettaa tutkijan vastuuseen siitä, että esiin nostetuille kehyksille esitetään riittävät todisteet. Tutkijan vastuulla on myös se, ettei aineistosta häviä analyysin myötä merkittävää informaatiota. Tässä tutkielmassa esittämäni analyysin tulkinnanvaraisuus ei mielestäni kuitenkaan aiheuta merkittävää tutkimustulosten vääristymisen uhkaa. IRA:n julkaisema materiaali on alun perinkin tarkoitettu vastaanottajien tulkittavaksi ja se on usein suunnattu ja julkaistu erittäin laajalle yleisölle. Analyysissani perustelen yksittäisten kehysten valintaa sekä määrällisin että laadullisin perustein, vähentäen näin mahdollisen tulkinnanvaraisuuden aiheuttamia vääristymiä.

Kehysanalyysia on kritisoitu myös sen sirpaleisuudesta ja menetelmällisestä epäselvyydestä. Laajasta levinneisyydestään huolimatta kehysanalyysin taustalta on pitkään puuttunut yleisesti hyväksytty määritelmä siitä, miten kehykset sulautuvat osaksi kommunikaatiota, miten ne näyttäytyvät siinä tai miten ne vaikuttavat ihmisten ajatteluun. (Entman, 1993, 51.) Kehysanalyysi ei myöskään ole kiinnostunut siitä syvällisemmästä ideologisesta perustasta, jonka pohjalta ilmiöistä keskustellaan juuri tietyillä tavoilla. Kehysanalyysin avulla voidaan todeta, että tietyt kehykset ovat toisia yleisempiä, mutta se ei tarjoa mitään selitystä miksi näin on, tai miksi tietyt kehykset jäävät ilmaisematta. (Vehkalahti, 2017, 103.)

Pyrin vastaamaan tähän kehysanalyysin kohtamaan kritiikkiin seuraavassa luvussa, kun siirryn tarkastelemaan kehysanalyysin teoriapohjaa. Tämän jälkeen käsittelen visuaalista kehystämistä ja sen tutkimusta. Tuon esiin joitakin visuaalisen viestinnän ja kuvien ominaispiirteitä ja pyrin antamaan kattavan kuvan kuvien viestinnällisestä voimasta ja niiden tieteellisen tarkastelun mielekkyydestä. Perustelen kehysanalyysin valintaa tarkemmin käydessäni läpi aiempaa visuaalista kehystämistä käsittelevää tutkimusta.

### 5.3.1 Kehysanalyysin teoreettinen tausta

Kehysanalyysin juurten katsotaan usein olevan sekä psykologiassa että sosiologiassa. Psykologiassa kehystämisen taustalla ovat Kahnemanin ja Tverskyn (1979, 1984) tutkimukset siitä, miten käytännössä identtisten päätöksentekotilanteiden esittäminen eri tavoin vaikuttaa ihmisten valintoihin ja yksilön harjoittamaan vaihtoehtojen arviointiin. Kehystämisen tausta sosiologiassa pohjautuu Erving Goffmanin (1974) oletuksiin siitä, ettei yksilön ole mahdollista ymmärtää maailmaa täydellisesti, vaan tämä joutuu kamppailemaan jatkuvasti tulkitakseen elämäkokemuksiaan ja ymmärtääkseen ympäröivää maailmaa. (Scheufele & Tewksbury, 2007, 11.)

Goffman tarkastelee sosiaalisen kokemuksen tutkimuksissaan yksilöiden tapaa reagoida erilaisiin tapahtumiin ja ilmiöihin. Goffmanin mukaan yksilö tulkitsee tapahtumat tietyn ensisijaisen kehyksen kautta. Kehykset ovat järjestäytyneisyyden asteeltaan erilaisia ja siinä missä tietyt kehykset määrittyvät tiukasti tiettyjen sääntöjen ja olettamusten kautta, ovat toiset väljiä ja tietynlaisen suhtautumisen tai lähestymistavan kautta muodostuneita. Riippumatta siitä ovatko kehykset tiukasti vai väljästi määriteltäviä, antavat ne yksilöille mahdollisuuden tunnistaa, luokitella ja sijoittaa valtavan määrän tapahtumia kehysten kriteerien mukaisesti. Laajemmin omaksutut ensisijaiset kehykset ovat näin ollen myös merkittävä osa ryhmän kulttuuria ja uskomusjärjestelmää (Goffman, 1974, 21, 27). Koska yksilöt tuottavat toimintansa kautta erilaisia versioita todellisuudesta, antaa vallitsevaa todellisuutta koskeva kuvaus tietoa kuvaajasta itsestään sekä kulttuurista, minkä sisällä hän toimii (Väliaverron, 2007, 51).

Hyödyllisten ominaisuuksien takia kehyksanalyysia on hyödynnetty etenkin journalismin tutkimuksessa. Näin on pyritty osoittamaan, etteivät uutiset pelkästään välitä kuvaa todellisuudesta vaan myös rakentavat sitä. Toimittajille kehykset toimivat organisoivina ideoina, joiden kautta nämä tulkitsevat eri ilmiöitä. (Väliaverron, 2007, 51.) Kehykset voidaan jakaa kahteen kategoriaan riippuen siitä, onko kyse informaation esittämisestä vai tulkinnasta. Näin voidaan erottaa toisistaan media- ja yksilökehykset. (Scheufele, 1999, 106.) Mediakehyksiin keskittyvä tutkimus tarkastelee usein sitä, miten toimittajat esittävät ja rajaavat erilaisia ilmiöitä. Yleisökehysten tutkimus on sen sijaan pääsääntöisesti keskittynyt siihen, miten yksilöt hahmottavat, organisoivat ja tulkitsevat tapahtumia tai aiheita. (de Vreese ym., 2001, 107.) Tässä tutkielmassa tutkin mediakehyksiä analysoimalla IRA:n Facebook-julkaisuissa harjoittamaa kehystämistä.

Poliittisen kommunikaation kontekstissa kehyksiä on pidetty pitkälti tiedostamattomina ja vaiettuina välineinä, jotka organisoivat maailmaa sekä toimittajille että yleisölle (Gitlin, 1980, 7). Mediakehys toimii keskeisenä organisoivana ideana tai juonena ilmaantuvien tapahtumien sarjassa ja antaa niille merkityksen. Kehys ehdottaa mistä kiistassa on kyse ja mikä asian varsinainen ydin on. (Gamson & Modigliani, 1987, 143.) Kehyksillä voi katsoa olevan ainakin neljä sijaintia kommunikaatioprosessin sisällä. Näitä ovat viestijä, teksti, vastaanottaja ja kulttuuri. Viestijä tekee uskomusjärjestelmäänsä organisoivien kehysten ohjaamana tietoisia ja tiedostamattomia kehystysvalintoja siitä mitä hän aikoo sanoa. Tekstissä kehykset näkyvät tiettyjen aiheeseen liittyvien fakta- ja arvostelmaryhmiä tukevien avainsanojen, sanontojen, stereotyyppisten kuvien, tietolähteiden ja lauseiden läsnä- tai poissaolona. Kulttuuria taas voi pitää usein käytettyjen kehysten varastona. Sen voi katsoa koostuvan empiirisesti todistettavissa olevasta joukosta tavanomaisia kehyksiä, jotka näyttäytyvät tiettyyn sosiaaliseen ryhmään kuuluvien yksilöiden puheessa ja ajattelussa. Kehystämiseen kuuluu kuitenkin samankaltaisia funktioita riippumatta siitä, missä kehys sijaitsee. Näihin lukeutuvat valintojen tekeminen ja korostaminen sekä korostettujen elementtien hyödyntäminen tiettyjen ongelmien kausaatiota, arviointia tai ratkaisua koskevien argumenttien muodostamisessa. (Entman, 1993, 52-53.)

Kehystäminen on siis valintojen tekemistä ja arvoasetelmien luomista. Kehystämisen kautta yksilö valitsee tiettyjä hahmotettua todellisuutta käsitteleviä näkökulmia kommunikaationsa sisällöksi ja arvottaa ne näin muita vaihtoehtoisia näkökulmia merkittävimmäksi. Tällä arvottamisella pyritään tekemään tietystä informaation palasesta silmiinpistävä, mieleenpainuva ja merkittävä varsinaiselle kohdeyleisölle. Kehyksen valinta ohjaa ongelman määrittelyä, kausaalista tulkintaa, moraalista arviointia ja ratkaisuehdotusten valintaa. Näin määritellään mitä hyötyjä ja haittoja kausaalisen toimijan toiminnasta syntyy, tunnistetaan ongelman takana olevat tekijät, arvioidaan kausaalisia toimijoita ja heidän vaikutustaan ja tarjotaan sekä oikeutetaan tiettyjä ratkaisuehdotuksia ja ennakoitaan niiden mahdollisia vaikutuksia. Yksi lause voi sisältää useamman näistä neljästä kehystämisen funktiosta tai olla sisältämättä niistä yhtään. Samoin tietty kehys tekstin sisällä ei välttämättä sisällä kaikkia neljää funktiota. (Entman, 1993, 52-53.)

Kehystämisen voi katsoa eroavan informaation saavutettavuuteen pohjautuvista malleista, kuten agendateoriasta. Agendateorialla viitataan siihen, että tapa, jolla joukkotiedotusvälineet painottavat tiettyä asiaa korreloi vahvasti sen kanssa minkälaisen painoarvon yleisö asialle antaa. Siinä missä agendateoria näkee, että mahdolliset yksilöön



kohdistuvat vaikutukset syntyvät lähinnä sen kautta, miten tietyn asian tai ilmiön saavutettavuus nousee sille osoitetun mediahuomion lisääntymisen myötä, oletetaan kehystämässä, että vaikutukset syntyvät sen kautta, miten asiaa tai ilmiötä on mediassa kuvailtu. Merkittävin psykologinen ero mallien välillä on näin se, että ajattelemmeko jotain tiettyä asiaa vai miten ajattelemme sitä. Näin ollen myös kysymys siitä, miten erilaiset yhteiskunnalliset voimat ja ryhmät pyrkivät vaikuttamaan julkiseen keskusteluun leimaamalla tietyn kysymyksen tietyllä tavalla, on merkityksellisempi kehystämisen, kuin agendateorian näkökulmasta. Kehystäminen tulee myös nähdä vallitsevan kulttuurin sisällä tapahtuvana ja sen rajoittamana prosessina, jonka supistaminen agendateorian kaltaiseksi prosessiksi tuhlaasi huomattavan osan kehystämiseen pohjautuvan lähestymistavan voimasta. (Scheufele & Tewksbury, 2007, 11-14.)

Toisena kehysanalyysin kannalta läheisenä tutkimusmenetelmänä voidaan pitää diskursianalyysia. Empiirisesti näiden kahden menetelmän välille on vaikea tehdä merkittävää eroa, mutta yleistävien teoreettisten erojen löytäminen on mahdollista. Kehysanalyysin voi katsoa selittävän sitä, miten eri toimijat kehystävät erilaisia todellisuuden objekteja ja pyrkivät näin taivuttamaan niiden merkityksiä tiettyyn suuntaan. Diskurssianalyysi sen sijaan tarkastelee sitä prosessia, jossa näitä objekteja tuotetaan. Menetelmien välillä voi nähdä eroavaisuuksia myös diskursiivisten käytäntöjen luonteen määrittelemisessä. Diskurssianalyysissa näitä pidetään suurelta osin tiedostamattomina, kun taas kehysanalyysissa niiden oletetaan olevan ainakin osittain strategisia ja tavoitteellisia. (Vehkalahti, 2017, 102.) Kehysanalyysin voikin katsoa soveltuvan paremmin tämän tutkielman tavoitteeseen, joka on aineistosta löytyvien käytännöllisten puhetapojen tunnistaminen ja luokittelu. Samoin oletan tutkielmassani IRA:n julkaisuista löytyvien puhetapojen ja painotusten olevan strategisia ja IRA:n intressien mukaisia.

Seuraavaksi siirryn käsittelemään tarkemmin visuaalista viestintää ja kehystämistä. Käyn läpi erilaisia viestinnällisiä ominaisuuksia, joihin visuaalisen viestinnän vaikuttavuus perustuu ja perustelen näin myös tutkielmani kaltaisen tutkimuksen tarpeellisuutta.

### 5.3.2 Visuaalinen kehystäminen ja kuvien viestinnälliset ominaisuudet

Tutkielmani tutkimusaineisto koostuu IRA:n Facebook-julkaisuista, jotka pitävät sisällään sekä sanallista että visuaalista sisältöä. Tässä luvussa esitän, miten kehysanalyysia on aiemmin hyödynnetty visuaalisen viestinnän tutkimuksessa ja miten lähestyn kuvien

sisältämää symboliikkaa harjoittamassani analyysissä. Erilaisilla kuvilla on merkittävä rooli IRA:n julkaisuissa, minkä vuoksi olen huomionut ne analyysissäni.

Puhtaasti visuaalisella viestinnällä viitataan sen kaltaiseen sisältöön, jota prosessoidaan pelkästään silmien avulla. Sanoma- ja aikakauslehtien sekä television kohdalla visuaaliseen sisältöön kuuluvat liikkumattomat kuvat, videot, piirroksot ja värit. Television tapauksessa visuaalisia elementtejä ovat myös liikkuva kuva, kuten toimittajien kehonkieli, eleet ja ilmeet. Tämän tutkielman aineisto koostuu visuaalista ja sanallista informaatiota yhdistelevästä hybridisisällöstä. Tämän kaltaisen sisällön prosessointi vaatii myös yksilöltä enemmän. Visuaalista ja sanallista kehystämistä sekoitettaessa niiden aikaansaamia vaikutuksia on myös vaikea erottaa toisistaan. Hybridisisällön kautta tapahtuvaa kehystämistä onkin tutkittu vähemmän, kuin puhtaasti visuaalista tai sanallista kehystämistä. Hybridisisällössä visuaalinen ja sanallinen kehystäminen voivat tukea toisiaan, mutta jos ne eivät ole keskenään yhtenevät, nousevat visuaaliset kehykset dominoiviksi. (Coleman, 2010, 236-237.) IRA:n julkaiseman propagandamateriaalin kohdalla on kuitenkin luontevaa olettaa, että sisällön sanalliset ja visuaaliset kehykset tukevat toisiaan ja pyrkivät ohjaamaan lukijaa samaan suuntaan.

Visuaalisen informaation tutkimusta ovat hidastaneet sopivan teoriapohjan puuttuminen ja erilaiset metodologiset esteet. Kehystämisteoria onkin noussut esiin yhtenä visuaalisen tutkimuksen mahdollisena pelastajana. Visuaalisen tutkimuksen kannalta kehystämisteoriassa vetoavat sen kyky selittää ja ennustaa visuaalista sisältöä ja sen vaikutuksia, sekä mahdollisuus kehittää kehystämisen teoriaa tavalla, mihin sanoihin pohjautuva tutkimus ei välttämättä kykenisi. Visuaalisen kehystämisen voikin katsoa tarjoavan uuden merkittävän suunnan kehystämisteorian teoriapohjan rakentamiselle ja tulevalle tutkimukselle. (Coleman, 2010, 233.)

Visuaalisen tutkimuksen avulla voidaan tarkastella kriittisesti kehystämisteorian pitkälti sanalliseen viestintään keskittynyttä teoreettista pohjaa ja tutkia miten visuaalinen kehystäminen tästä mallista kenties eroaa. Näin voitaisiin tutkia esimerkiksi sitä, esiintyykö sanallisessa kehystämisessä yleisluontoisina pidettyjä kehyksiä myös visuaalisen kehystämisen parissa. Toisaalta visuaalinen tutkimus voisi tarkastella myös sitä, miten tietyt sanallisen kehystämisen kannalta luontevammat kehykset voisivat näyttää visuaalisessa viestinnässä. (Coleman, 2010, 241.)

Aiemmin tutkielmassa esittelemäni Entmanin (1993) kehystämisen määritelmä on sovitettavissa myös visuaaliseen viestintään (ks. Coleman, 2010). Visuaalisella kehystämällä viitataan näin ollen toimintaan, joka tähtää tietyn ongelmanmäärittelyyn, kausaalisen tulkinnan, moraalisen arvion tai ratkaisuehdotuksen edistämiseen visuaalisia työkaluja hyödyntämällä (Brantner ym., 2011, 525). Visuaalisessa tutkimuksessa kehystämisenä pidetään esimerkiksi tietyn näkymän, kuvakulman tai maiseman valitsemista kuvaa rajatessa, muokatessa tai valittaessa. Yleisiä visuaalisen kehystämisen tutkimuskohteita ovat olleet muun muassa poliittiset protestit ja sotatoimet (Coleman, 2010, 237-238, 244.)

Visuaalisen kehystämisen tutkimus on potentiaalistaan huolimatta säilynyt alisteisessa asemassa sanalliseen kehystämiseen keskittyvään tutkimukseen nähden. Suhteeseen voivat vaikuttaa perinteiset näkemykset siitä, että viestinnässä sanat ovat kuvia merkittävämpiä. Esimerkiksi ensisijaisen visuaalisen tiedotusvälineen, eli television sisällön tutkimuksessa keskitytään usein pelkästään sanallisen kehystämisen tarkasteluun. Kuvien ominaispiirteet kuitenkin osoittavat, että visuaalinen kehystäminen voi toisinaan olla jopa sanallista kehystämistä merkittävämpää. Etenkin dramaattisten uutistapahtumien kohdalla kuvat onnistuvat kuvaamaan todellisuutta tavalla, mihin ei sanallista viestintää hyödyntämällä kyettäisi. Arkipäiväisemmätkin uutisjutut sisältävät kuitenkin myös esimerkiksi sen kaltaisia rotu- ja sukupuolistereotyyppioilla terästettyjä visuaalisia elementtejä, joiden sisällön sanallista esittämistä ei välttämättä hyväksyttäisi. Kehystämiseen keskittyvässä tutkimuksessa tulee kuitenkin huomioida se tosiasia, että yleisö vastaanottaa sekä visuaalista että sanallista informaatiota. Näin esimerkiksi pelkästään visuaaliseen kehystämiseen keskittymällä ei voida antaa täyttä kuvaa yleisöön vaikuttaneen informaation ominaisuuksista. (Coleman, 2010, 234-235.)

Tulkitessani ja luokitellessani IRA:n julkaisujen sisältämiä kehyksiä, seuraan Rodriguezin ja Dimitrovan (2011) nelitasoista visuaalisten kehysten tunnistamisen ja analysoinnin mallia. Mallin sisältämät tasot muuttuvat progressiivisesti herkemmiiksi pohjaamaan kehysten tunnistamisen erilaisiin visuaalisille elementeille annettuihin merkityksiin. Mallin ensimmäisellä tasolla kuvia tarkastellaan visuaalisina tuntemuksina tai ärsykeinä, jotka aktivoivat silmissä sijaitsevia hermosoluja ja välittävät tietoa aivoille. Mahdolliset kehykset tunnistetaan luettelemalla kuvassa esiintyviä esineitä tai elementtejä. Tällä tasolla havaittua visuaalista materiaalia kuvataan alkeellisesti, eikä sen mahdollista merkitystä yleisölle tai kommunikoijalle juurikaan tarkastella. Tarkastelun toisella tasolla tutkija huomioi jo minkälaisia yhteiskunnallisia merkityksiä erilaiset kuvaukselliset tyylit

edustavat. Näin esimerkiksi lähikuva merkitsee intiimiyttä, keskikokoinen kuva henkilökohtaista suhdetta, kokonainen kuva yhteiskunnallista suhdetta ja kaukokuva kontekstia, ulottuvuutta ja julkista etäisyyttä. (Rodriguez & Dimitrova, 2011, 48-55.)

Rodriguezin ja Dimitrovan mallissa tasoilla kolme ja neljä kuvassa esitetyt henkilöt tai esineet eivät kuvaa pelkästään tiettyä yksilö, asiaa tai paikkaa, vaan myös niihin liitettyjä ideoita ja käsitteitä. Tasolla kolme kuvat voi nähdä oheismerkityksiä sisältävinä järjestelminä. Tällä sisältölähtöisellä tasolla kuvia tarkastellaan merkkeinä ja tutkitaan niiden suhdetta muihin merkkeihin merkkijärjestelmän sisällä. Kuvia tarkastellaan symboleina, jotka kykenevät yhdistämään, tiivistämään ja kommunikoimaan yhteiskunnallisesti merkittävää sisältöä. Symbolit ovat asioita, joilla on vertauskuvallisia merkityksiä. Ne voivat olla joko abstrakteja, kuten muotoja ja esineitä tai kuvaannollisia, kuten erilaisia paikkoja tai ihmisiä. Esimerkiksi kuvassa esiintyvä kansallisvaltion lippu voi toimia isänmaallisuuden vertauskuvana. Kehyksiä tarkastellessaan tutkija tarkastelee kriittisesti myös niiden kulttuurisidonnaisia tulkintoja. (Rodriguez & Dimitrova, 2011, 56-57.)

Mallin neljännellä tasolla kehysten tarkastelun kautta voidaan selvittää tietyssä yhteiskunnassa, tiettyinä ajanjaksona, tietyn ihmisluokan tai tietyn uskonnollisen tai filosofisen suuntauksen sisällä vaikuttavaa yleistä suhtautumistapaa. Tarkastelemalla valittuja symboleja ja tyyllillisiä piirteitä tämän kaltainen analyysi pyrkii muodostamaan ymmärrettävän tulkinnan analyysin kohteena olevien esitysten takana olevasta perimmäisestä syystä. Tällä tasolla tutkija voi esittää kysymyksiä kuten: ”Mitä tavoitteita nämä esitystavat palvelevat?” tai ”Mitkä ideat hallitsevat?”. Neljännellä tasolla tutkitaan sitä, miten kuvia hyödynnetään vallan instrumentteina julkisen mielipiteen ja historiallisen mielikuvituksen muokkaamisessa. (Rodriguez & Dimitrova, 2011, 57-58.)

Tässä tutkielmassa harjoittamani analyysin voi katsoa sijoittuvan etenkin edellä käsitellyn mallin kolmannelle tasolle. Tarkastelen IRA:n julkaiseman sisällön sisältämiä abstrakteja ja kuvaannollisia symboleja ja etsin niiden taustalta erilaisia merkityksiä, joita IRA pyrkii materiaalillaan tuomaan esiin. Seuraavassa luvussa esittelen harjoittamani määrällisen sisällönanalyysin tulokset. Aluksi esitän IRA:n julkaisujen sisältämät yleisimmät aihealueet ja niiden ajallisen sekä määrällisen esiintyvyyden. Tämän jälkeen esitän julkaisujen yleisimmät propagandalajit eli viestinnän tehostamisessa hyödynnetyt menetelmät.

## 6 IRA:n julkaisujen aihealueet ja propagandalajit

Ennen varsinaista analyysiani lähestyn aineistoa määrällisen luokittelun kautta. Määrällisen sisällönanalyysin avulla annan yleiskuvan aineiston sisältämistä aihealueista. Luin kaikki aineiston sisältämät julkaisut läpi ja luokittelin ne niiden hallitsevien teemojen perusteella. Monet IRA:n julkaisuista sisälsivät useampia aihealueita, mutta julkaisujen hallitseva teema oli useimmiten kuitenkin helppo määrittää. Luokitteluni tuloksena löysin 20 eri aihealuetta:

- |  |   |
|--|---|
| 1. Afroamerikkalainen kulttuuri ja historia        | 11. Seksuaalivähemmistöjen elämäntapa           |
| 2. Afroamerikkalaisiin kohdistuva poliisiväkivalta | 12. Seksuaalivähemmistöihin kohdistuva syrjintä |
| 3. Afroamerikkalaisiin kohdistuva rasismi          | 13. Isänmaallisuus                              |
| 4. Afroamerikkalainen erinomaisuus                 | 14. Maahanmuutto                                |
| 5. Afroamerikkalainen ulkonäkö                     | 15. Aseenkanto-oikeus                           |
| 6. Muu afroamerikkalaisille suunnattu sisältö      | 16. Sotaveteraanit                              |
| 7. Latinalaisamerikkalainen kulttuuri ja historia  | 17. Poliisitoiminnan tukeminen                  |
| 8. Latinalaisamerikkalainen erinomaisuus           | 18. Valtiovastaisuus                            |
| 9. Meksikolainen kulttuuri ja historia             | 19. Presidenttiehdokkaat                        |
| 10. Meksikolaisiin kohdistuva rasismi              | 20. Kansainvälinen politiikka                   |

Esitän julkaisujen sisältämien aihealueiden määrällisen ja ajallisen esiintyvyyden taulukossa 1. Sisällönanalyysin yhteydessä kuvailen aineistoa vielä varsin yleisellä tasolla. Varsinaisen analyysini esitän luvussa seitsemän.

**Taulukko 1:** IRA:n julkaisujen määrällinen luokittelu aihealueittain

	2015	2016	2017	Yhteensä	%
1. Afroamerikkalainen kulttuuri ja historia	11	6	43	60	15,3
2. Afroamerikkalaisiin kohdistuva poliisiväkivalta	18	34	7	59	15,1
3. Afroamerikkalaisiin kohdistuva rasismi	15	14	5	34	8,7
4. Afroamerikkalainen erinomaisuus	-	-	44	44	11,3
5. Afroamerikkalainen ulkonäkö	-	-	38	38	9,7
6. Muu afroamerikkalaisille suunnattu sisältö	-	4	13	17	4,3
7. Latinalaisamerikkalainen kulttuuri ja historia	-	-	12	12	3,1
8. Latinalaisamerikkalainen erinomaisuus	-	-	6	6	1,5
9. Meksikolainen kulttuuri ja historia	-	-	49	49	12,5
10. Meksikolaisiin kohdistuva rasismi	-	-	1	1	0,3
11. Seksuaalivähemmistöjen elämäntapa	14	-	-	14	3,6
12. Seksuaalivähemmistöihin kohdistuva syrjintä	6	1	-	7	1,8
13. Isänmaallisuus	10	1	-	11	2,8
14. Maahanmuutto	1	18	4	23	5,9
15. Aseenkanto-oikeus	1	1	2	4	1,0
16. Sotaveteraanit	1	-	1	2	0,5
17. Poliisitoiminnan tukeminen	-	1	-	1	0,3
18. Valtiovastaisuus	1	3	-	4	1,0
19. Presidenttiehdokkaat	1	3	-	4	1,0
20. Kansainvälinen politiikka	1	-	-	1	0,3
<b>Yhteensä</b>	<b>80</b>	<b>86</b>	<b>225</b>	<b>391</b>	<b>100</b>

Selvästi suurin osa julkaisuista käsittelee tavalla tai toisella Yhdysvaltojen afroamerikkalaisen väestönosan asemaa, identiteettiä, kulttuuria tai historiaa. Monissa näistä julkaisuista käsitellään historiallisia aiheita, kuten afroamerikkalaisen väestönosan vapautumista orjuudesta, väestönosan afrikkalaisia juuria tai kansalaisoikeuksiin liittyvää kamppailua. Näitä aiheita käsitellään usein nostamalla esiin yksittäisiä merkkihenkilöitä. Modernimpaa afroamerikkalaista kulttuuria julkaisuissa edustavat muun muassa rap- ja hiphop-musiikki.

Afroamerikkalaisiin kohdistuvaa rasismia ja syrjintää käsitellään julkaisuissa myös huomattavan paljon. Julkaisuissa käsitellään sekä afroamerikkalaisiin kohdistuvaa poliisiväkivaltaa että laajempaa väestönosaan kohdistuvaa yhteiskunnallista rasismia. Poliisiväkivaltaa käsittelevät julkaisut nostavat esiin useita Yhdysvalloissa sattuneita tapauksia, joissa afroamerikkalainen henkilö on saanut surmansa poliisin toiminnan seurauksena. Julkaisuissa käsitellään poliisin rasistiseksi luonnehdittua toimintaa. Laajemmin yhteiskunnallista rasismia käsittelevissä julkaisuissa keskustellaan afroamerikkalaisen yhteisön Yhdysvalloissa kohtaamista haasteista. Julkaisut käsittelevät erilaisia rasistisia yhteiskunnallisia liikkeitä ja valtion afroamerikkalaisille asettamia esteitä.

Afroamerikkalaista erinomaisuutta ja ulkonäköä käsittelevissä luokissa julkaisujen sisältö on voimakkaan positiivista, ja luokkien julkaisut käsittelevät afroamerikkalaisten kyvykkyyttä ja potentiaalia. Tyypillinen afroamerikkalaista erinomaisuutta käsittelevä julkaisu kuvaa korkeakoulutettuja ja taloudellisesti tai urheilullisesti menestyneitä afroamerikkalaisia. Ulkonäköön liittyvät julkaisut korostavat esimerkiksi stereotyyppisten afroamerikkalaisten kasvonpiirteiden kauneutta.

Latinalaisamerikkalaiseen tai yksinomaan meksikolaiseen väestönosaan keskittyvien julkaisujen aihealueet noudattavat jotakuinkin samaa kaavaa, kuin edellä käsitelty afroamerikkalaisiin keskittyvät julkaisut. Merkittävä osa julkaisuista käsittelee latinalaisamerikkalaista tai meksikolaista kulttuuria ja historiaa. Nämä julkaisut käsittelevät moninaisia aiheita, kuten tyypillisiä meksikolaisia ruokia tai Latinalaisen Amerikan alkuperäiskansoja. Merkittävänä eroavaisuutena on kuitenkin se, että latinalaisamerikkalaisiin kohdistuva rasismi oli pääasiallisena aihealueena vain yhdessä julkaisussa.

Latinalaisamerikkalaista erinomaisuutta käsittelevät julkaisut kuvaavat väestönosaan kuuluvia henkilöitä, jotka ovat menestyneet erilaisista vaikeuksista huolimatta. Usein

nämä julkaisut käsittelevät henkilöitä, jotka ovat valmistuneet yliopistosta siitä huolimatta, että heidän vanhempansa ovat olleet laittomina siirtolaisina Yhdysvalloissa.

Kolmantena suurena väestönosana, jonka asemaa ja identiteettiä julkaisuissa käsitellään ovat erilaiset seksuaalivähemmistöt. Nämä julkaisut jakautuvat kahteen luokkaan. Seksuaalivähemmistöjen elämäntapaa käsittelevät julkaisut korostavat erilaisia kulttuurisia ilmiöitä, seksuaalivähemmistöjen yhteisöllisyyttä ja vähemmistöihin kuuluvien henkilöiden elämäntapaa. Julkaisuissa tuodaan esiin myös avoimesti seksuaalivähemmistöihin kuuluvia julkisuuden henkilöitä. Seksuaalivähemmistöihin kohdistuvaa syrjintää käsittelevät julkaisut keskustelevat vähemmistöjen oikeuksista Yhdysvalloissa ja heidän kohtaamista rajoitteista.

Monet julkaisut käsittelevät pääasiallisena teemanaan yksittäisiä poliittisia kysymyksiä. Aseenkanto-oikeutta käsittelevät julkaisut viittaavat usein Yhdysvaltain perustuslakiin, johon aseenkanto-oikeus on kirjattu. Valtiovastaisuus-luokan julkaisuissa vastustetaan joko liittovaltio- tai osavaltiotason poliittista hallintoa. Yksittäiset julkaisut käsittelevät sotaveteraaneja ja poliisivoimia.

Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaaleja tai poliittista kamppailua pääasiallisena teemanaan käsitteleviä julkaisuja oli aineistossa huomattavan vähän. Kolme julkaisua keskusteli kriittiseen sävyyn Yhdysvaltain demokraattisen puolueen vaikuttajista. Vain yhdessä julkaisussa tuettiin tiettyä presidenttiehdokasta, senaattori Bernie Sandersia.

Tiettyjen aiheiden saamaa painoarvoa tai täydellistä puuttumista voi pitää yllätyksellisenä. Ensinnäkin on huomattava miten vähän vuoden 2016 presidentinvaaleja käsiteltiin IRA:n julkaisuissa. IRA:n toimintaa koskevien raporttien kuvaamaa poliittista kampanjointia tai puolueiden välistä vastakkainasettelua ei juuri esiintynyt. Aineistosta löytyi vain yksi julkaisu, missä tuettiin tiettyä presidenttiehdokasta ja vain muutamia, joissa kritisoitiin jotain tiettyä poliittista puoluetta tai ehdokasta. Demokraattisen puolueen ja ehdokas Hillary Clintonin kritiikki noudattaa havaittuja IRA:n toimintamalleja, mutta aineistosta ei löytynyt yhtään julkaisua, missä osoitettaisiin tukea presidenttiehdokas Donald Trumpille tai tämän edustamalle republikaaniselle puolueelle.

Sisällönanalyysin yhteydessä tarkastelin myös IRA:n julkaisujen viestinnällisiä menetelmiä ja luokittelin julkaisut eri propagandalajeihin niiden pääasiallisten painotusten perusteella. Luokittelun kautta vastaan tutkielmani toiseen tutkimuskysymykseen siitä, minkälaisia propagandalajeja IRA hyödynsi julkaisujensa levittämisessä. Propagandalajien



muodostamisessa sovellan aiemmin tutkielmassa esittelemääni Jacques Ellulin (1969) teoreettista ajattelua, sekä aiempaa propagandan tutkimusta (ks. Seo & Ebrahim, 2016).

Jaan julkaisut yhteensä viiteen eri luokkaan. Neljä ensimmäistä luokkaaani ovat syyttävä propaganda, integroiva propaganda, analyttinen propaganda ja emotionaalinen propaganda. Viides luokka sisältää julkaisut, jotka eivät sisällä määritettävissä olevaa menetelmää. Viidenteen luokkaan sisältyvät myös ne julkaisut, jotka eivät sisällä sen kaltaista tunnistettavissa olevaa informaatiota, jonka voisi katsoa pyrkivän vaikuttamaan lukijan ajatteluun tai tämän tekemiin arvoasetelmiin. Viidenteen luokkaan kuuluvat myös julkaisut, joita on esimerkiksi yksityishenkilöjen suojelemiseksi muokattu niin paljon, ettei niiden luokittelu tietyn propagandalajin alle ole mielekästä tai mahdollista. Tietyn julkaisun sijoittamista yhteen muodostamistani neljästä luokasta ohjaavat kohtalaisen tarkat kriteerit, jotka olen valinnut tulkinnallisen epäselvyyden vähentämiseksi. Luokitteluni tulosten esittelyn yhteydessä annan esimerkin kuhunkin luokkaan kuuluvasta julkaisusta.

Syyttävällä propagandalla tarkoitan julkaisuja, jotka nimeävät selvän vastapuolen ja syyttävät sitä vallitsevasta vääryydestä. Nämä julkaisut ovat usein suorasanaisia ja vihamielisiä. Julkaisut saattavat esimerkiksi korostaa vastapuolen tekemiä vääryyksiä ja pyrkiä herättämään vihaa tätä kohtaan. Integroivaa propagandaa sisältävät julkaisut pyrkivät sen sijaan muodostamaan yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta tietyn ihmisryhmän sisällä. Näissä julkaisuissa on tunnistettavissa jokin rajattu ihmisryhmä, johon kuuluvia ihmisiä rohkaistaan liittymään yhteen ja tukemaan toisiaan. Julkaisuissa saatetaan käsitellä esimerkiksi ryhmän jäsenten yhteistä kulttuuria tai historiaa. Analyttistä propagandaa hyödyntävät julkaisut pyrkivät vakuuttamaan lukijan erilaisten faktojen, lukujen tai tilastojen avulla. Emotionaaliset julkaisut sen sijaan hyödyntävät argumentoinnissaan tunteisiin vetoavia kuvia tai sanallisia viestejä. Emotionaalinen sisältö voi esimerkiksi pyrkiä herättämään myötätuntoa, arvostusta tai paheksuntaa tiettyä ihmisryhmää kohtaan. Esitän propagandalajeja koskevan määrällisen luokitteluni tulokset taulukossa 2.

**Taulukko 2:** Tutkimusaineiston sisältämien propagandalajien määrällinen luokittelu

	<b>Julkaisujen lukumäärä</b>	<b>%</b>
Syyttävä propaganda	32	8,2
Integroiva propaganda	128	32,7
Analyyttinen propaganda	5	1,3
Emotionaalinen propaganda	77	19,7
Muu	149	38,1
<b>Yhteensä</b>	<b>391</b>	<b>100</b>

Noin kahdeksan prosenttia IRA:n julkaisuista hyödynsi viestinnässään syyttävää propagandaa. Useimmiten tämä sisältö kohdistettiin afroamerikkalaisia kaltoin kohteleville poliiseille. Sisältö on avoimen vihamielistä ja ryhmien välinen vastakkainasettelu on vahvaa.

*”Näyttää siltä, että emme saavuta ”rodutonta Amerikkaa”...tämä tilaisuus ja viattomien mustien lasten säännölliset murhat valkoista ylivaltaa kannattavien poliisien ja kansalaisten toimesta tekevät tämän selväksi.”* (Ad ID 330, 15.6.2015.)

Iso osa IRA:n julkaisuista sisälsi integroivaa propagandaa. Lähes 33 % julkaisuista hyödynsi viestinnässään tämän kaltaista sisältöä. Julkaisuja kohdistettiin etenkin afroamerikkalaisille, latinalaisamerikkalaisille ja seksuaalivähemmistöjen edustajille. Julkaisut ovat tyypillisesti hyvin positiivisia ja painottavat yhteisöllisyyttä. Yksinkertaisimmillaan julkaisut mainostavat jotain tiettyä Facebook-ryhmää ja kehottavat ihmisiä liittymään yhteen.

*”Joka päivä uutisia, päivityksiä, kaapista tulemisia ja paljon muuta! Yhdessä me seisomme!”* (Ad ID 674, 18.6.2015.)

Analyyttistä propagandaa löytyi aineistosta huomattavan vähän. Vain hieman yli yksi prosentti julkaisuista käytti hallitsevana viestintäkeinonaan erilaisia tilastoja, lukuja tai faktoja.

*”Mapping Police Violence- sivuston datan mukaan tänä vuonna oli vain yhdeksän päivää, joiden aikana Yhdysvalloissa ei tapettu ketään poliisin toimesta. Vuoden 2015 tammi-kuun ensimmäisestä päivästä lähtien poliisi on tappanut ainakin 508 ihmistä. Tämän lisäksi, kun analysoidaan poliisin aiheuttamia kuolemia, afroamerikkalaiset ja latinalais-amerikkalaiset kuolevat poliisin toimesta todennäköisemmin kuin valkoiset. Luvut näyttävät, että kuolleita koskeva indeksi on mustille 3.45 per miljoona ihmistä, kun valkoisille se on 1.26 per miljoona.” (Ad ID 339, 17.6.2015.)*

Huomattavasti suurempi osa, lähes 20 % julkaisuista hyödynsi viestinnässään emotionaalista propagandaa. Nämä julkaisut pyrkivät herättämään esimerkiksi myötätuntoa omaa ryhmää kohtaan tai vastenmielisyyttä vastapuolta kohtaan. Julkaisut saattoivat olla esimerkiksi koskettavia kuvia tai sanallisia viestejä. Suuri osa kuvista käsittelee afroamerikkalaisen väestönosan historiallista sortoa Yhdysvalloissa.



**Kuva 2** (Ad ID 1171, 7.4.2016)

Noin 38 % IRA:n julkaisuista jäi luokitteluni ulkopuolelle. Lukua voi pitää yllättävän suurena, mutta luokan julkaisujen voi kuitenkin katsoa edustavan tyypillistä sosiaalisen median sisältöä, jonka pääasiallisena tavoitteena on herättää huomiota ja kasvattaa eri sivujen seuraajamääriä. Osa julkaisuista jäi luokkien ulkopuolelle valitsemieni kriteerien takia. Monet julkaisut sisälsivät vain vähän informaatiota, minkä vuoksi niiden pakottaminen tiettyyn luokkaan ei ole mielekästä. Luokitteluni ulkopuolelle jäivät myös erilaiset virallisia tiedotteita muistuttavat viestit.

*”Kiinalaiset hakkerit toteuttivat monimutkaisen hyökkäyksen, joka antoi heille ”ylläpitäjän etuoikeudet” Personnel Managementin toimiston tietoverkkoihin, matkien viraston järjestelmiä pyörittävien henkilöiden pääsy tietoja. He alkoivat lapata ulos tietoa muodostettuaan Kiinaan johtavan niin sanotun sähköisen kanavan, tutkijat kertoivat kongressille viimeviikolla salaisissa kuulemisissa.” (Ad ID 552, 23.6.2015.)*

Luokitteluni tuloksista on nähtävissä, että tunnistettavissa olevista propagandalajeista IRA hyödynsi eniten integroivaa ja emotionaalista propagandaa. Tätä havaintoa tukee aiemmin tekemäni huomio siitä, että suurin osa julkaisuista käsitteli eri vähemmistöryhmiin liittyviä aiheita. Näin ollen voidaan pitää luonnollisena, että valtaosa julkaisuista pyrkii lisäämään vaikuttavuuttaan korostamalla yhteisöllisyyttä ja jaettuja arvoja. Emotionaalisen propagandan hallitsevampi asema analyttiseen propagandaan verrattuna selittyy ainakin osittain kuvien vahvalla viestinnällisellä roolilla. IRA onkin selvästi hyödyntänyt viestinnässään enemmän erilaisia tunteita herättäviä kuvia, kuin faktoihin ja lukuihin perustuvia argumentteja.

## 7 IRA:n propagandan kehukset

Kehysanalyysin avulla selvittämäni IRA:n julkaisujen sisältämät kehukset ovat aiemmin esittelemiäni aihealueita moniulotteisempia ja laajempia kokonaisuuksia. Yksittäinen kehys voi sisältää useampia löytämistäni aihealueita. Analyysin avulla pyrin vastaamaan tutkielmani ensimmäiseen tutkimuskysymykseen siitä, mitkä aihealueet, näkökulmat ja arvoasetelmat korostuvat IRA:n julkaisuissa, eli minkälaista kehystämistä IRA on toiminnassaan harjoittanut. Analyysini tuloksena tunnistin viisi kehystä: etninen ylpeys ja yhteisöllisyys, yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä, kansallismielinen kamppailu, seksuaalinen identiteetti ja poliittinen kampanjointi. Esittelen alla olevassa taulukossa 3 tarkemmin kehysten määrällistä sekä ajallista esiintyvyyttä vuosien 2015-2017 aikana.

**Taulukko 3:** Tutkimusaineiston sisältämien kehysten määrällinen luokittelu

	2015	2016	2017	Yhteensä	%
Etninen ylpeys ja yhteisöllisyys	11	10	209	230	58,8
Yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä	39	49	13	101	25,8
Kansallismielinen kamppailu	15	24	3	42	10,7
Seksuaalinen identiteetti	14	-	-	14	3,6
Poliittinen kampanjointi	1	3	-	4	1,0
<b>Yhteensä</b>	<b>80</b>	<b>86</b>	<b>225</b>	<b>391</b>	<b>100</b>

Esittelen aineistosta löytämiäni kehysten merkittäviä ominaisuuksia kehysanalyysin yhteydessä usein hyödynnetyn analyysimatriisin avulla (ks. taulukko 4). Analyysimatriisisani määrittelen kehysten sisältämät keskeisimmät käsitteet, esimerkit, fraasit, perusongelman, ongelman syyt ja taustan, seuraukset, ratkaisut ja moraaliset arvostelmat. (Vehkalahti, 2016, 101-102.) Analyysimatriisin sisältämän luokittelun voi katsoa olevan yhteensopiva aiemmin esittelemäni Entmanin (1993) kehystämisen määritelmän kanssa. Kehystämisen kautta korostetaan tiettyä ongelman määrittelyä, tulkintaa kausaalisuhteesta tai ratkaisuehdotusta. Analyysimatriisi esittää kehysanalyysin tulokset tiivistetyssä ja selkeässä muodossa ja helpottaa kehysten hahmottamisessa. Analyysimatriisiin kokoomiani keskeisimpiä käsitteitä, esimerkkejä ja fraaseja voidaan pitää kehystämisvälineinä, eli tietynlaisina tapoina, joilla jotain ilmiötä kuvataan. Perusongelma, ongelman syyt ja tausta, seuraukset, ratkaisut sekä moraaliset väittämät ovat sen sijaan järkeilyvälineitä, jotka selittävät ja perustelevat ilmiötä. Järkeilyvälineet perustuvat usein erilaisten kausaalisten ketjujen hyödyntämiselle. (Vehkalahti, 2016, 99.)

**Taulukko 4:** Tutkimusaineiston sisältämien kehysten analyysimatriisi

	<b>Etninen ylpeys ja yhteisöllisyys</b>	<b>Yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä</b>	<b>Kansallismielinen kamppailu</b>	<b>Seksuaalinen identiteetti</b>	<b>Poliittinen kampanjointi</b>
<b>Keskeisimmät käsitteet</b>	Perintö, juuret, historia, erinomaisuus	Rasismi, poliisiväkivalta, oikeusjärjestelmä	Isänmaallisuus, maahanmuutto, perustuslaki, aseet	LGBT, homoseksuaali, ulostulo	Afroamerikkalainen yhteisö, ehdokas, vaalit
<b>Esimerkit</b>	Afroamerikkalaisten historia, afroamerikkalainen ulkonäkö	Poliisiväkivallan afroamerikkalaiset uhrin	Maahanmuuton vastustaminen, perustuslain suojeleminen	Homoseksuaalit julkisuuden henkilöt	Hillary Clintonin virheet
<b>Fraasit</b>	Älä koskaan unohda juuriasi	Poliisit tappavat afroamerikkalaisia joka päivä	Kuulut meihin, jos haluat pelastaa Yhdysvallat	Kaikki tulisi opettaa ymmärtämään seksuaalivähemmistöjä	Hillary Clinton ei aja afroamerikkalaisen yhteisön asiaa
<b>Perusongelma</b>	Etnisiin vähemmistöihin kuuluvat ihmiset eivät tunne tai hyväksy omaa identiteettiään	Afroamerikkalaiset kärsivät poliisiväkivallasta ja rakenteellisesta rasismista	Maahanmuutto uhkaa Yhdysvaltoja	Seksuaalivähemmistöjen tuntemus on heikkoa	Demokraattien puolue ei aja afroamerikkalaisten asemaa
<b>Ongelman syy</b>	Ulkopuolelta kohdistuva rasismi ja vähättely	Yhdysvallat on rasistinen yhteiskunta	Laiton ja hallitsematon maahanmuutto	Vähemmistöihin liittyvä koulutus on harvinaista	Demokraattien puoleen harjoittama manipulaatio
<b>Seuraukset</b>	Oman etnisen identiteetin aliarvioiminen	Vähemmistöjen alistaminen	Yhdysvaltojen tuhoutuminen	Lapset eivät tunne seksuaalivähemmistöjä	Afroamerikkalaisen yhteisön tilanteen heikentyminen
<b>Ratkaisut</b>	Etnisen identiteetin arvostaminen ja etnisen ryhmän yhteisöllisyys	Oikeusjärjestelmän uudistaminen, poliisien asettaminen vastuuseen	Yhdysvaltojen rajojen sulkeminen	Vähemmistöjä koskevan koulutuksen lisääminen	Bernie Sandersin äänestäminen
<b>Moraaliset kannanotot</b>	Etnisen identiteetin ja yhteisöllisyyden merkitystä on korostettava	Poliisin toimii väärin, oikeusjärjestelmä on syrjivä	Maahanmuutto on väärin, perustuslaki on pyhä	Sukupuolen ja seksuaalisen suuntautumisen moninaisuus tulee hyväksyä	Demokraattien puolue on syrjivä, Bernie Sanders on luotettava

Seuraavaksi siirryn käsittelemään yksittäisiä kehyksiä. Tarkastelen niitä propagandatutkimuksen näkökulmasta. Nostan esiin kuvaavia esimerkkijulkaisuja jokaisen kehyksen kohdalla.

### 7.1. Etninen ylpeys ja yhteisöllisyys

Etnisen ylpeyden ja yhteisöllisyyden kehyksen sisältämät julkaisut muodostavat valtaosan IRA:n viestinnästä. Kehyksen alle sijoittuu noin 59 % kaikista IRA:n julkaisuista. Julkaisut käsittelevät etnisiä vähemmistöjä ja rakentavat näiden identiteettiä. Kehyksen sisältämistä julkaisuista voidaan löytää kolme etnistä ryhmää: afroamerikkalaiset, meksikolaiset ja latinalaisamerikkalaiset. On oletettavissa, että latinalaisamerikkalaisia käsittelevät julkaisut koskevat myös meksikolaisia. Kehyksen viestit korostavat etnisen yhteenkuuluvuuden merkitystä. Julkaisut käsittelevät muun muassa väestöryhmien kulttuuriperintöä, ulkonäköä ja identiteettiä. Kehyksen sisältämien julkaisujen sävy on positiivinen ja ylpeä.

Suurin osa julkaisuista käsittelee afroamerikkalaista kulttuuria ja historiaa. Afroamerikkalaisten afrikkalaisia juuria tuodaan esiin visuaalisin keinoin. Julkaisut korostavat, ettei afroamerikkalaisten tulisi koskaan *”unohtaa juuriaan”* (Ad ID 2849, 14.4.2017).



**Kuva 3** (Ad ID 2849, 14.4.2017)

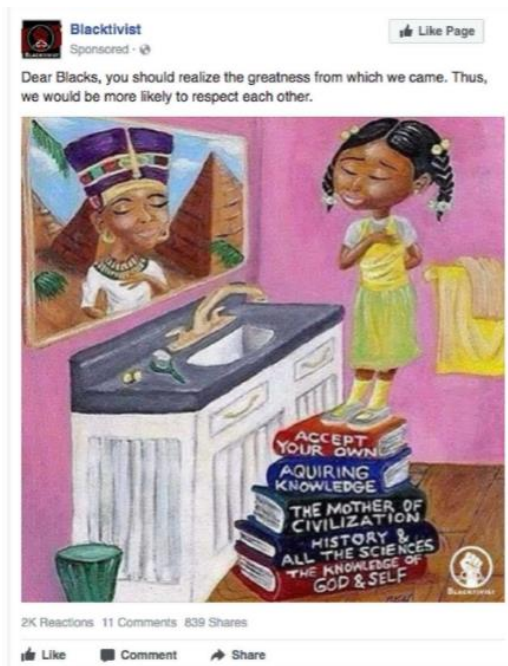


**Kuva 4** (Ad ID 3036, 14.4.2017)

Afroamerikkalaisten afrikkalaiset juuret paikannetaan julkaisuissa lähes poikkeuksetta muinaiseen Egyptiin. Valinta on tehty todennäköisesti muinaisen Egyptin

kulttuurihistoriallisen merkityksen takia. Viestinnän tukena käytetään stereotyyppisiä mielikuvia Egyptistä, kuten pyramideja ja kuolinnaamioita. Julkaisuissa todetaan muinaisten egyptiläisten olleen ”negridejä” ja egyptin olevan ”afroaasialainen kieli” (Ad ID 993, 21.4.2017). Julkaisujen avulla on pyritty luomaan kuvaa afroamerikkalaisten yhteisestä ja loisteliaasta menneisyydestä, jonka tulisi heijastua väestönosan itsetunnossa. Yksi julkaisu toteaaakin:

*”Rakkaat mustat, teidän tulisi ymmärtää se suuruus mistä tulemme. Ehkä tällöin kunnioittaisimme toisiamme enemmän.”* (Ad ID 992, 21.4.2017.)



**Kuva 5** (Ad ID 992, 21.4.2017)



**Kuva 6** (Ad ID 993, 21.4.2017)

Afroamerikkalaisen väestönosan historiallisia juuria käsitellään huomattavan paljon myös orjuudesta vapautumisen ja kansalaisoikeusliikkeiden kautta. Julkaisuissa nostetaan esiin tunnettuja afroamerikkalaisia ihmisoikeusaktivisteja ja kerrotaan näiden ajatuksista ja toiminnasta.

*”Kovinkaan moni teistä ei varmaankaan tunnista Ella Bakeria, joka oli kansalaisoikeuksia ajaneen Freedom Movementin sankari, rodullista ja taloudellista epätasa-arvoa vastaan viiden vuosikymmenen ajan. Hänen työnsä oli koota palaset, jotta kyettiin muodostamaan vahva rasmin ja epäoikeudenmukaisuuden vastainen organisaatio. Hän oli avainasemassa NAACP:ssä, Student Nonviolent Coordinating Committeeessä ja Martin Luther Kingin Southern Christian Leadership Conferencessa.”* (Ad ID 411, 25.6.2015.)





**Kuva 7** (Ad ID 3075, 17.4.2017)



**Kuva 8** (Ad ID 3054, 24.4.2017)

Historiallista kansalaisoikeusliikehdintää symboloivia kuvia ja iskulauseita hyödynnetään myös rohkaisemaan afroamerikkalaisia kansalaisaktivismiin. Julkaisujen mukaan afroamerikkalaisten tulisi *”herätä ja katkoa kahleensa”* ja liittymällä yhteen nämä *”löytävät tiensä vapauteen”* (Ad ID 874, 13.4.2016). Viesteissä on selvästi omaksuttu ajatus siitä, että afroamerikkalaiset kohtaavat nykypäivänäkin orjuuden kaltaista sortoa.



**Kuva 9** (Ad ID 874, 13.4.2016)

Afroamerikkalaista itsetuntoa kohotetaan lukuisilla kouluttautuneita tai muuten menestyneitä afroamerikkalaisia käsittelevien julkaisujen kautta. Julkaisuja yhdistää ajatus ”*mustasta erinomaisuudesta*” (Ad ID 1996, 18.4.2017). Viestit myös korostavat niiden julkaisijan afroamerikkalaista identiteettiä puhumalla jatkuvasti ”*meistä*” (Ad ID 2085, 28.4.2017). Etnisen yhteisöllisyyden luominen näkyy viesteissä vahvana:

*”Näettehän, meidän väkemme menestyy kaikessa. Tukekaa toisianne, älkääkös koskaan antako periksi.”* (Ad ID 1991, 28.4.2017.)

*”Työskennelkää tavoitteidenne eteen! Näin saavutamme suuruuden.”* (Ad ID 2085, 28.4.2017.)

*”Anteeksi pyytelettömän musta, koulutettu ja kaunis”* (Ad ID 2110, 19.4.2017).

Julkaisut hyödyntävät kuvia yliopistosta valmistuneista, tai vaativissa ammateissa työskentelevistä afroamerikkalaisista. Nämäkin viestit korostavat ryhmän yhteistä menestystä ja toteavat olevansa ”*niin ylpeitä meidän väestämme*” (Ad ID 2118, 14.4.2017).



**Kuva 10** (Ad ID 999, 19.4.2017)



**Kuva 11** (Ad ID 2086, 13.4.2017)

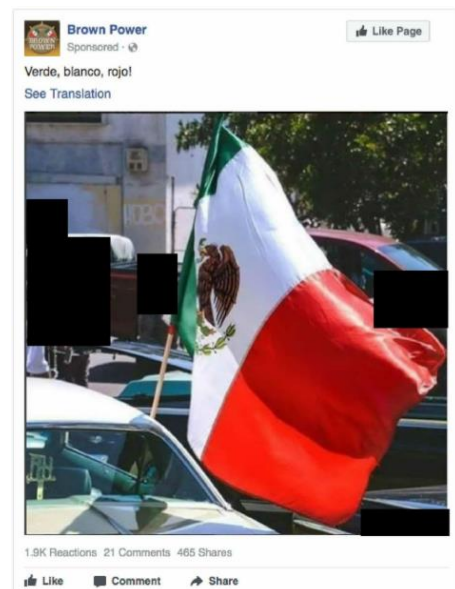
Julkaisuissa tuodaan esiin myös afroamerikkalaisiin kohdistuvia ennakkoluuloja ja kumotaan näitä inspiroivien tarinoiden avulla.

*”Media näyttää mielellään mustia tekemässä jotain paha pa\*kaa, mutta tätä he eivät näytä sinulle. Mustat tekevät hienoja asioita ympäri maailmaa. Annan teille OGUNSA-NYA NELOSET! Nämä veljet ja siskot valmistuivat kaikki samana päivänä maisteriksi 23-vuotiaana Warwickin yliopistosta Britanniassa!”* (Ad ID 3111, 13.4.2017.)

Toinen suuri väestöryhmä, jonka historiaa ja kulttuuria aineistossa korostetaan, on Yhdysvalloissa asuvat meksikolaiset. Julkaisuissa pyritään ennen kaikkea luomaan kansallista ylpeyttä ja isänmaallisuutta meksikolaistaustaisen ihmisten parissa. Tämän kaltaista viestintää edustaa ennen kaikkea Meksikon lipun symbolinen käyttö ja kuvatekstit, kuten *”meksikolainen ylpeys”* ja *”ylpeä perinnöstäni”* (Ad ID 2564, 18.4.2017).



**Kuva 12** (Ad ID 2564, 18.4.2017)



**Kuva 13** (Ad ID 2643, 21.4.2017)

Julkaisuissa mainostetaan latinalaisamerikkalaisten oikeuksia ajavia Facebook-sivuja, jotka imitoivat tunnettuja afroamerikkalaisia liikkeitä. ”Brown Power” -ryhmä kertoo tähtäävänsä ”Yhdysvalloissa asuvien meksikolaisten opettamiseen, viihdyttämiseen ja yhdistämiseen” (Ad ID 3251, 25.4.2017). Ryhmän nimi ja julkaisuissa hyödynnetty nyrkkiin puristettu käsi ovat viittauksia tunnettuun *Black Power* -liikkeeseen.



**Kuva 14** (Ad ID 3251, 25.4.2017)

Myös meksikolaista ja latinalaisamerikkalaista ylpeyttä ja identiteettiä rakennetaan viittauksilla kulttuurien loistavaan menneisyyteen. Yhteyttä luodaan viittauksilla Etelä-Amerikan alkuperäiskansoihin, kuten asteekkeihin, joiden ”perillisinä” meksikolaisia pidetään. Julkaisuissa myös kehoitetaan ”kasvattamaan lapset juuriamme kunnioittaen!” (Ad ID 2604, 13.4.2017.) Yhden julkaisun kuvatekstissä viitataan asteekkien myyttiseen alkukotiin ”Aztlániin” (Ad ID 2636, 18.4.2017).

”Mitä jos kertoisin sinulle, että se versio historiasta, mitä sinulle on opetettu, on tarkoituksellisesti vääristelty kieltämään sinulta sinun alkuperäiset juuresi ja meksikolaisen identiteettisi? Näin ryöstäen sinulta sen mikä todella olet Aztlánin luonnollisena perillisenä.” (Ad ID 2636, 18.4.2017.)



Kulttuurihistoriallista yhteyttä korostetaan Etelä-Amerikan alkuperäiskansoja kuvaavan visuaalisen sisällön avulla. Kuvat korostavat kulttuurien voimakkuutta ja tuovat esiin esimerkiksi tunnettuja historiallisia rakennelmia ja innovaatioita.



**Kuva 15** (Ad ID 2599, 19.4.2017)



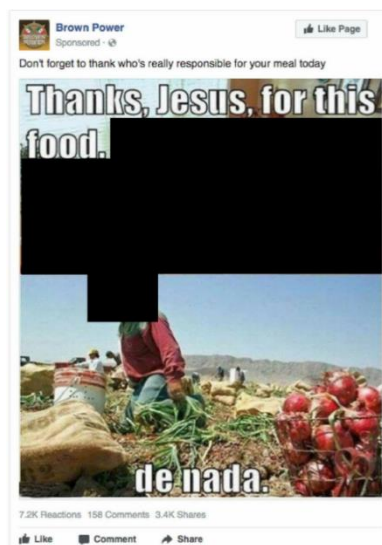
**Kuva 16** (Ad ID 2567, 19.4.2017)

Latinalaisamerikkalaisen yhteisön identiteettiä rakennetaan yhteisen historian lisäksi Yhdysvaltoihin kohdistuvan maahanmuuton kautta. Julkaisut puolustavat maahanmuuttoa etenkin työnteon kautta:

*"Maahanmuuttajat eivät varasta työpaikkoja, olet vain laiska."* (Ad ID 2632, 21.4.2017).

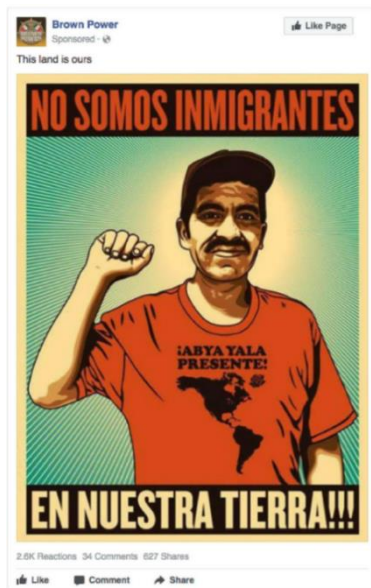
*"Älä unohda, kuka on oikeasti vastuussa tämänpäiväisestä ruoastasi."* (Ad ID 2561, 18.4.2017).

*"Kunnioita työtämme"* (Ad ID 3253, 25.4.2017).

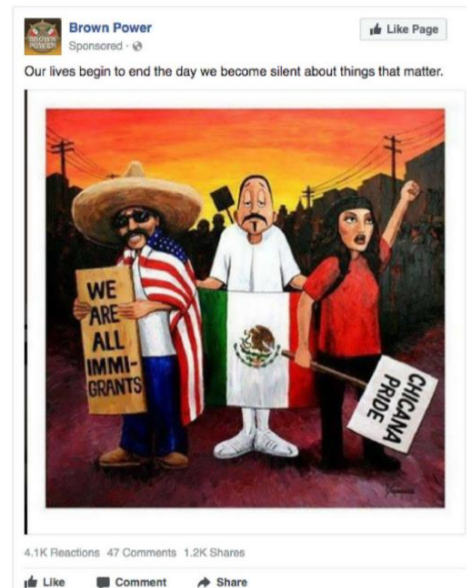


**Kuva 17** (Ad ID 2561, 18.4.2017)

Vaikka maahanmuutto nähdään kehyksen alla positiivisessa valossa, julkaisuissa vastustetaan kaikkien latinalaisamerikkalaisten leimaamista maahanmuuttajiksi ja korostetaan näiden oikeutta elää Amerikan mantereella. Amerikoista puhuttaessa todetaankin, että *”tämä maa on meidän”* (Ad ID 2685, 14.4.2017) ja *”olemme kaikki maahanmuuttajia”* (Ad ID 2571, 20.4.2017). Yhdysvalloista puhuttaessa todetaan uhmakkaasti, että *”tämä on meidän synnyinmaamme, emmekä me lähde täältä mihinkään”* (Ad ID 2570, 3.4.2017).



**Kuva 18** (Ad ID 2685, 14.4.2017)



**Kuva 19** (Ad ID 2571, 20.4.2017)

Useat julkaisut näkevät maahanmuuton paremman elämän etsimisenä. Monet julkaisut yhdistävätkin maahanmuuton ajatukseen latinalaisamerikkalaisten potentiaalista ja kyvykkyydestä. Useimmiten näissä viesteissä kerrotaan tarinoita siitä, miten luvattomasti Yhdysvalloissa asuvien maahanmuuttajien lapset ovat valmistuneet lukiosta tai yliopistosta. Julkaisujen mukaan *”ihmisten ei tulisi koskaan pyytää paremman elämän tavoittelemaa anteeksi.”* (Ad ID 2621, 21.4.2017).

*”Saavuin Yhdysvaltoihin viisivuotiaana äitini ja kahden vanhemman sisarukseni kanssa. Ala-asteen, yläasteen ja lukion ajan kamppailin kaikkia eteeni asetettuja esteitä vastaan. Lukiossa aloin käydä edistyneempiä kursseja, joka synnytti itselleni tavoitteen jatkaa koulutustani. Virallinen koulutus mahdollisti minulle uran aloittamisen, mutta vielä tärkeämmin se antoi minun selvittää erityisen puolen itsestäni. Olen niin siunattu ja nöyrä, koska olen ensimmäisen sukupolven, luvaton, ruskea ja yksinhuoltajaäidin kovan työn tulos.”* (Ad ID 2677, 28.4.2017.)



**Kuva 20** (Ad ID 2621, 21.4.2017)



**Kuva 21** (Ad ID 2681, 28.4.2017)

Opiskeluun ja itsensä kehittämiseen rohkaisevia julkaisuja hyödynnetään hyvin samalla tavalla, kuin afroamerikkalaiselle yleisölle kohdennetussa sisällössä. Julkaisujen mukaan ”*kaikkein vaarallisin ase on koulutettu meksikolainen*” (Ad ID 3243, 24.4.2017). Toinen julkaisu kuvaa stereotyyppistä meksikolaista miestä opiskelemassa, jonka ohi Yhdysvaltoja symboloivat mitättömän kokoiset Vapaudenpatsas ja Setä Samuli hiippailevat toden ”*SHH OLE HILJAA. Jos tämä iso kaveri herää, olemme pulassa.*” (Ad ID 2649, 19.4.2017) Puhe ”heräämisestä” on sekin tuttua edellä käsitellyistä afroamerikkalaista yhteisöä käsittelevistä julkaisuista. Tavoitteena on saada kohdeyleisö ymmärtämään oma erinomaisuutensa ja tukea käsitystä siitä, että heidän kykyjään ja asemaansa on vähätelty.



**Kuva 22** (Ad ID 2649, 19.4.2017)



**Kuva 23** (Ad ID 3243, 24.4.2017)



Meksikolaista yhteenkuuluvuutta luodaan myös viittauksilla menneisyyden taisteluihin, etenkin Meksikon vallankumoukseen. Taisteluja ja erilaisia konflikteja käsitellään usein naispuolisia sotilaita ja protestoijia esittävien kuvien kautta. Kuvilla pyritään luomaan kuvaa meksikolaisten naisten luontaisesta voimakkuudesta ja ylpeydestä. Julkaisujen mukaan ”meksikolaiset naiset ovat maailman voimakkaimpia” (Ad ID 2580, 13.4.2017).

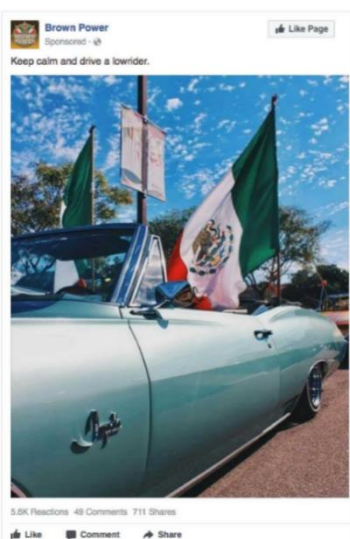


**Kuva 24** (Ad ID 2588, 19.4.2017)

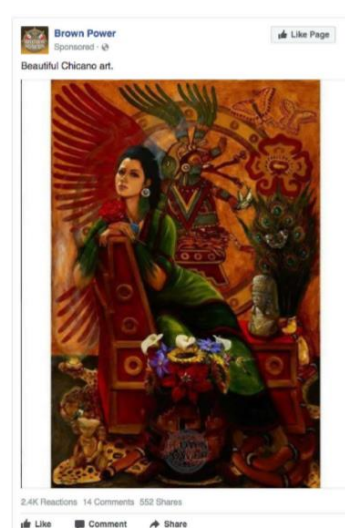


**Kuva 25** (Ad ID 2585, 28.4.2017)

Huomattava osa meksikolaisyyhteisöä käsittelevistä julkaisuista lähestyy aihetta populaarikulttuurin näkökulmasta. Monissa viesteissä meksikolaisuuteen yhdistetään esimerkiksi niin sanottu ”lowrider” autoharrastus. Kuvissa autoihin on usein yhdistetty Meksikon valtiollisia tunnuksia, kuten maan lippu. Vaihtoehtoisesti julkaisut luovat positiivista kuvaa meksikolaisesta kulttuurista muun muassa meksikolaisen ruoan (Ad ID 3244, 25.4.2017) ja taiteen (Ad ID 2616, 21.4.2017) avulla.



**Kuva 26** (Ad ID 2680, 28.4.2017)



**Kuva 27** (Ad ID 2616, 21.4.2017)



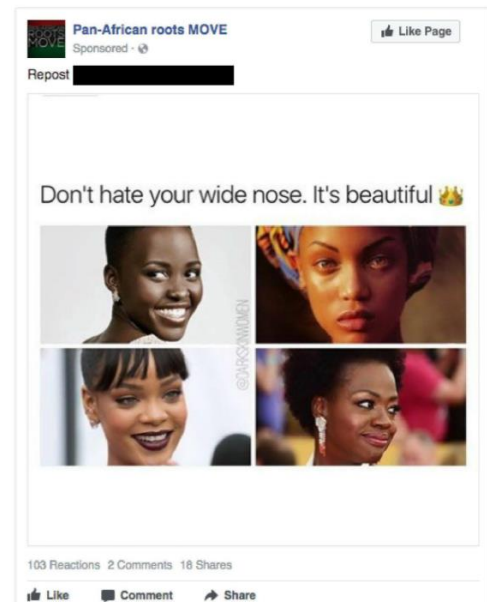
Useat kehyksen julkaisut rakentavat etnistä yhteisöllisyyttä korostamalla ja arvottamalla erilaisia ulkonäköön liittyviä ominaisuuksia. Julkaisut on kohdistettu pääosin afroamerikkalaiselle väestönosalle. Julkaisuissa painotetaan, että ihmisten tulisi hyväksyä luonnolliset piirteensä ja olla näistä ylpeitä. Julkaisut ovat pääosin positiivisia ja varsin hyvätahtoisia ja niiden pääasiallisena tavoitteena on luoda yhteisöllisyyden tunnetta kohderyhmän parissa. Näkökulmaa tuodaan esiin toteamuksilla:

*”Rakastan tummaa ihoani, leveää nenääni ja isoja huuliani. Entä sinä?”* (Ad ID 3057, 14.4.2017.)

*”Tämä menee kaikille niille mustille, joiden mielestä luonnollinen kauneus on heitä varten.”* (Ad ID 1018, 13.4.2017).



**Kuva 28** (Ad ID 2038, 17.4.2017)



**Kuva 29** (Ad ID 2850, 14.4.2017)

Useat julkaisut liittävät kauneuden yksinomaan ihonväriin ja painottavat, että ihmisen tulee *”olla ylpeä melaniinipigmentistään”* (Ad ID 2127, 28.4.2017). Ihonväriä korostavat julkaisut nostavat usein esiin yksittäisiä henkilöitä, joita käytetään esimerkkinä tiettyjen etnisten piirteiden korostamisessa.



**Kuva 30** (Ad ID 2124, 28.4.2017)



**Kuva 31** (Ad ID 2003, 14.4.2017)

Julkaisuissa luodaan myös kuvaa ulkopuolelta tulevasta rasisisesta kritiikistä, jonka tavoitteena on saada afroamerikkalaiset näkemään luontaiset piirteensä huonossa valossa. Vastakkainasettelua luodaan etenkin afroamerikkalaisen ja ”valkoisen” väestönosan välille.

*”Valkoiset ihmiset tekevät kaikkensa saadakseen mustat uskomaan, että emme ole kauniita! Ennen kaikkea, he haluavat meidän uskovan, että eurooppalaiset kauneushanteet ovat ainoat! Annan minun kuitenkin kertoa sinulle! MUSTA ON KAUNISTA! Meidän tulee vain toistaa tätä itsellemme ja näyttää se heille!”* (Ad ID 3094, 14.4.2017.)

*”Älä unohda, nämä ovat ne piirteet, joita he yrittivät opettaa sinua vihaamaan.”* (Ad ID 3057, 14.4.2017).

Etnistä ulkonäköä käsittelevät julkaisut ovat pääosin positiivisia. Oman ulkonäkönsä ja ihonvärinsä hyväksyminen sekä arvostaminen toistuvat julkaisuissa. Useat viestit kuitenkin sisältävät myös ajatuksen siitä, että varsinkin afroamerikkalaiseen ulkonäköön kohdistuu paljon ulkopuolista kritiikkiä ja rasismia. Valkoihoisten ihmisten katsotaan pyrkivän manipuloimaan afroamerikkalaisten käsityksiä kauneudesta ja saada nämä vihaamaan omaa ulkonäköään.

## 7.2. Yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä

Yhteiskunnallisen rasismin ja syrjinnän kehys sisältää noin 26 % kaikista IRA:n julkaisuista. Julkaisut viestivät Yhdysvaltojen epäoikeudenmukaisuudesta ja eri vähemmistöihin kohdistuvasta fyysisestä ja henkisestä väkivallasta. Kehyksen aiheet liittyvät

poliisiväkivaltaan, rasistiseen ja suvaitsemattomaan ilmapiiriin ja rakenteelliseen syrjintään. Julkaisut käsittelevät ennen kaikkea afroamerikkalaisten kohtaamaa syrjintää.

Valtaosa kehyksen sisältämistä julkaisuista käsittelee afroamerikkalaisiin kohdistuvaa poliisiväkivaltaa. Usein nämä julkaisut imitoivat *Black Lives Matter*- liikettä ja sen retoriikkaa. Monet julkaisut ovatkin IRA:n ”*Black Matters*” Facebook-sivun julkaisemia. Muita merkittäviä sivuja ovat afroamerikkalaista aktivismia kuvastava ”*Blacktivist*”, afroamerikkalaisina yksityishenkilöinä esiintyvät ”*Williams&Kalvin*” ja afrikkalaisia sukujuuria korostava ”*Pan-African Roots MOVE*”. Julkaisut korostavat afroamerikkalaisten kokemaa epäoikeudenmukaisuutta ja väkivaltaa. Yhdysvallat ja erityisesti maan poliisivoimat näyttäytyvät julkaisuissa rasistisina.

Yhdysvaltojen epäoikeudenmukainen luonne tuodaan esiin julkaisussa, joka vertaa afroamerikkalaisten ja valkoihoisten amerikkalaisten pidätyksistä kertovia uutiskuvia toisiinsa. Julkaisun mukaan media käyttää afroamerikkalaisista oletettavasti näiden pidätyksen yhteydessä otettuja kuvia, kun taas valkoihoisista henkilöistä käytetään edustavampia kuvia, missä näillä on puvut päällä. Julkaisussa todetaankin:

”*Ei ihme, ettei valkoisia poikia ammuta, kun heidät pidätetään!*” (Ad ID 871, 21.4.2016).



**Kuva 32** (Ad ID 871, 21.4.2016)

Poliisiväkivalta liitetään kehyksen julkaisuissa nimenomaan ihonväriin ja rasismiin. Viesteissä puhutaan usein ”*meistä*” (Ad ID 326, 11.6.2015) ja annetaan ymmärtää, että viestien kirjoittajat ovat saman ihmisryhmän jäseniä.

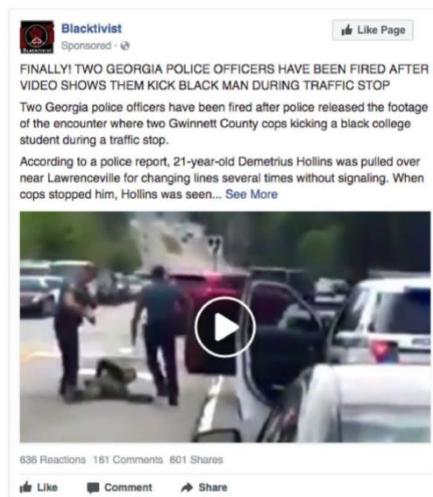
*”Vuodesta 2010 lähtien yli 350 meistä on saanut surmansa poliisin toimesta. Nämä elämät tehtiin arvottomiksi rotumme tähden. Joka kerta kun yksi meistä kuolee, moni teistä ja niistä ketkä ovat puolellanne, oikeuttavat murhaamisemme sillä, että he eivät usko meidän olevan ihmisiä tai oikeutettuja elämään.” (Ad ID 326, 11.6.2015.)*

Monet julkaisut jakavat tietoa erilaisista Yhdysvalloissa esiin tulleista tapauksista, joissa poliisin on katsottu toimineen väärin ja kohtuuttomasti. Tapausten vahva korostaminen julkaisuissa antaa kuvaa siitä, että afroamerikkalaisiin kohdistuva poliisiväkivalta on päivittäistä, eikä afroamerikkalaisia kohdella Yhdysvalloissa oikeudenmukaisesti. Laajemmin pyritään luomaan epäluuloa virkavaltaa kohtaan.

*”Shokeeraava video tallentui poliisin vartalokameraan. Syyskuun neljäntenä päivänä 2013 konstaapeli Timothy Isaacs pysäytti Floridan yliopiston opiskelijan Victoria Kingin rikkoutuneen takavalon takia. Tilanne eskaloitui nopeasti, kun konstaapeli käski Kingiä laskemaan autonsa ikkunan ”aivan alas” saadakseen sakkonsa. Kun King kieltäytyi, johon hänellä muuten oli täysi oikeus, konstaapeli rikkoi auton ikkunan ja pidätti hänet brutaalilla tavalla. Sen sijaan, että konstaapeli olisi yksinkertaisesti kertonut Kingille tämän oikeudet, hän vaati naista tottelemaan ja heitti tämän maahan. Kun olet musta, mikään rike ei ole riittävän pieni. Jokainen kontakti poliisin kanssa päättyy brutaalisti mus-tille eikä mikään tunnu muuttuvan.” (Ad ID 2832, 21.4.2017.)*

*”Jermaine Walker pidätettiin ja lähetettiin vankilaan, kun konstaapelit ja osavaltion selvitysmies VALEHTELIVAT VALAN ALLA. He sanoivat ettei kujalla, missä pidätys tapahtui ollut turvakameraa, vaikka siellä oli ja Walker sanoi niin! Tämä on jälleen uusi todiste siitä, että jos olet musta et ole koskaan turvassa tässä maassa. Sinut voidaan pidättää, murhata tai vangita kirjaimellisesti ihonvärisi takia.” (Ad ID 770, 21.4.2016.)*

Julkaisuissa annetaan kuva siitä, että virkavallan edustajat vihaavat ja halveksuvat afroamerikkalaisia. Ei auta, vaikka afroamerikkalainen henkilö toimi tilanteessa oikein, sillä poliisin toimintaa ohjaava rasistinen ajattelu johtaa vääjäämättä konfliktiin. Monet julkaisut sisältävät kuvia tai videoita varsinaisista konfliktitilanteista, joita käytetään argumentoinnin tukena.



**Kuva 33** (Ad 994, 21.4.2017)

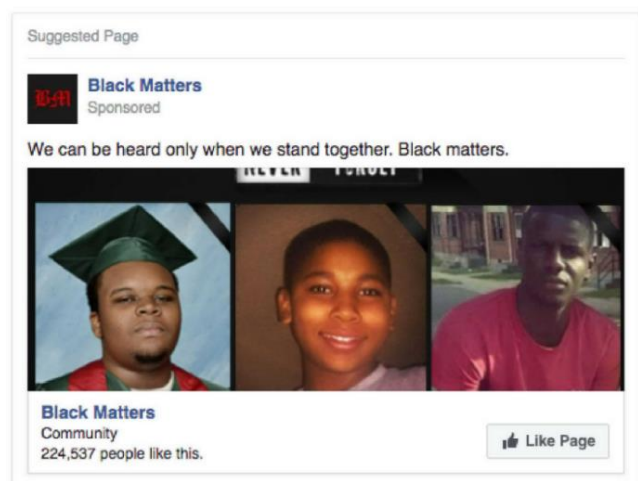


**Kuva 34** (Ad ID 2830, 25.4.2017)

Julkaisut perustelevat afroamerikkalaisiin kohdistuvaa kohtuutonta poliisiväkivaltaa käsittelevää argumentointiaan julkaisemalla poliisin toiminnan seurauksena kuolleiden henkilöiden kuvia ja nimiä. Menehtyneiden henkilöiden kuvien avulla pyritään herättämään myötätuntoa, yhteisöllisyyttä ja vihaa. Menehtyneet pyritään usein esittämään positiivisessa valossa hyödyntämällä edustavia tai muuten vahvoja tunteita herättäviä kuvia. Julkaisut käyttävät erityisen paljon nuorten uhrien kuvia. Viesteissä pyritään mainostamaan afroamerikkalaista ihmisoikeusaktivismia ja kehoitetaan lukijoita osallistumaan menehtyneiden muistoksi järjestettäviin protesteihin.



**Kuva 35** (Ad ID 307, 30.4.2016)



**Kuva 36** (Ad ID 400, 10.6.2015)

Poliisiväkivallan lisäksi kehyksen julkaisut käsittelevät afroamerikkalaisiin kohdistuvaa rakenteellista syrjintää ja rasismia. Julkaisujen mukaan ”*rasismia on yhä olemassa amerikkalaisessa yhteiskunnassa*” (Ad ID 340, 17.6.2016). Julkaisujen pääviesti on usein se,

ettei ”*musta mies saa oikeutta tässä maassa*” (Ad ID 2840, 28.4.2017). Amerikkalaisessa yhteiskunnassa vaikuttavan rasismien katsotaan pysyneen ennallaan ja jopa pahentuneen:

*”Ensimmäisestä afroamerikkalaisesta presidentistä huolimatta afroamerikkalaiset ovat yhä suurin viharikosten kohteeksi joutuva ryhmä. Mutta mitä jos viharikos on yhteydessä muukalaisvastaisuuteen? Amerikkalainen muukalaisvastaisuus perustuu hallitsevalle valkoihoisten perinnölle, joka synnyttää uusia vihan ja syrjinnän muotoja. Nämä muodot ottavat uusia vihan tasoja. Valitettavasti amerikkalainen suvaitsevuus ei ole sitä mitä luulemme. Yhdysvaltojen kansalaiset vaihtavat isänmaallisuuden nationalismiin, suvaitsevuuden islamofobiaan, rasismiin ja maahanmuuttovastaisuuteen.”* (Ad ID 429, 18.6.2015.)

Julkaisuissa esitetään muutamia yksittäisiä esimerkkejä afroamerikkalaisiin kohdistuvasta rakenteellisesta rasismista. Esimerkkeinä toimivat muun muassa Yhdysvaltojen oikeus- ja koulujärjestelmä:

*”Suhteettomat rangaistukset tunnetaan Yhdysvalloissa laajalti. Siksi uhrin ihonväri näyttelee suurta osaa siinä minkälaisen rangaistuksen hän saa. Esimerkiksi, sinut tuomitaan todennäköisemmin kuolemaan, jos olet tappanut valkoihoisen ihmisen. Suoraan sanottuna, jos valtio haluaa pitää maata poissa kesän kaupunkimellakoista, heidän tulee ajatella mustan väestön elintasoja, joka on moninkertaisesti valkoihoisten amerikkalaisten alapuolella.”* (Ad ID 423, 23.6.2015.)

*”Joka vuosi oikeusjärjestelmä vangitsee tuhansia mustia miehiä ja naisia vähäpätöisistä rikkeistä, mutta päästää vapaaksi murhaajia ja raiskaajia. Mikä meidän maattamme vai-vaa???”* (Ad ID 777, 12.4.2016.)

*”Tilastot näyttävät, että maanlaajuisesti 15 % mustista oppilaista erotetaan koulusta, verrattuna 4 % valkoisista oppilaista. Joissakin osavaltioissa lukumäärät ovat vielä häiritsevämpiä. Esimerkiksi Wisconsin erotti 26,6 % mustista oppilaista verrattuna 3 % valkoisista oppilaista. Lisäksi Minnesotassa, Connecticutissa, Iowassa ja Nebraskassa mustat oppilaat erotettiin kuusi kertaa valkoisia todennäköisemmin. Koulujärjestelmän rasismi on syy sille miksi koulusta vankilaan- putki on olemassa.”* (Ad ID 872, 15.4.2016.)





**Kuva 37** (Ad ID 777, 12.4.2016)



**Kuva 38** (Ad ID 872, 15.4.2016)

Yhteiskunnallisen rasismien ja syrjinnän kehyksen alle sijoittuvat myös julkaisut, jotka käsittelevät seksuaalivähemmistöihin kohdistuvaa syrjintää. Vaikka julkaisujen kohteena oleva ihmisryhmä on hyvin erilainen etnisiin vähemmistöihin verrattuna, on julkaisujen argumentaatio hyvin samankaltaista. Julkaisuissa kysytäänkin usein ”*miksi on niin vaikea hyväksyä, että synnyimme tällaisina*” (Ad ID 625, 14.4.2016) ja painotetaan, että ”*ansaitsemme yhtäläiset oikeudet*” (Ad ID 662, 25.6.2015). Julkaisuissa tuodaan esiin esimerkkejä vähemmistöihin kuuluvien ihmisten kohtaamasta syrjinnästä ja väkivallasta:

”*Nykypäivän Amerikka on liian vaarallinen transihmisille. Tämä on yhdeksäs sukupuoli-identiteettiin perustuva transihmisen murha. Kansallisen Coalition of Anti-Violence Prorgammin raportin mukaan transihmisiin kohdistuneiden viharikosten määrä kasvoi 13 %. Valitettavasti on hyvin vaikeaa elää transihmisenä Etelässä. Alabama jopa hyväksyi uskonnollisen vapauden lain vuonna 1998, joka sallii LGBT-ihmisiin kohdistuvan syrjinnän. Ja tätä me kutsumme ”vapaudeksi”? Amerikka ei ole enää vapauden maa!*” (Ad ID 658, 23.6.2017.)

Myös seksuaalivähemmistöihin kohdistuvaa syrjintää käsittelevissä julkaisuissa hyödynnetään sekä myötätuntoa että vihaa herättäviä kuvia. Kuvissa voidaan nostaa esiin väkivallan seurauksena kuolleita transihmisiä tai seksuaalivähemmistöjen oikeuksia vastustavia liikkeitä. Kuvien sisältämät tekstit kuten *”hän halusi vain olla onnellinen”* (Ad ID 658, 23.6.2017) tai *”homoseksuaalit ovat demonien riivaamia”* (Ad ID 654, 23.6.2015) ovat tarkoituksellisesti dramaattisia.



**Kuva 39** (Ad ID 658, 23.6.2017)



**Kuva 40** (Ad ID 654, 23.6.2015)

Yhteiskunnallista rasismia ja syrjintää käsittelevän kehyksen sisältämät julkaisut antavat Yhdysvalloista hyvin negatiivisen kuvan. Maata pidetään väkivaltaisena ja epäoikeudenmukaisena. Julkaisut rakentavat osaltaan eri vähemmistöjen identiteettiä ja niiden jäsenten välistä yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tätä harjoitetaan kuitenkin painottamalla vähemmistöihin kohdistuvaa syrjintää ja väkivaltaa. Vastapuolesta, esimerkiksi poliisista, annetaan hyvin negatiivinen kuva ja sitä kohtaan pyritään herättämään vihaa. Julkaisut pyrkivät myös osoittamaan, etteivät eri vähemmistöihin kuuluvat ihmiset voi luottaa Yhdysvaltojen kansallisiin instituutioihin, kuten oikeusjärjestelmään.

### 7.3. Kansallismielinen kamppailu

Kansallismielisen kamppailun kehys korostaa isänmaallisuutta ja konservatiivisia arvoja. Kehys sisältää noin 11 % kaikista IRA:n julkaisuista. Kehyksen nimi viittaa siihen, että useat julkaisut painottavat tarvetta suojella Yhdysvaltoja ulkopuoliselta uhalta ja hyödyntävät viestinnässään historiallisia taisteluja esittäviä visuaalisia elementtejä.



Yhdysvaltalaisen identiteetin korostaminen yhdistyy kehyksen julkaisuissa kansallismieliseen maahanmuuttovastaisuuteen.

Yksinkertaisimmillaan kehykseen kuuluvat julkaisut ikään kuin mainostavat isänmaallista elämäntapaa ja rohkaisevat saman mielisiä ihmisiä liittymään yhteen. Julkaisut hyödyntävät viestinnässään erilaisia yksinkertaisia iskulauseita:

*”Olemme ylpeitä, että asumme Amerikassa!”* (Ad ID 554, 23.6.2015).

*”Isänmaallisuus alkaa kotoa. Liity uuteen isänmaata koskevaan yhteisöön!”* (Ad ID 481, 23.6.2015.)

*”Isänmaallisuus tulee sydäimestäsi...Seuraa sen käskyjä, äläkä elä valheellista elämää. Liity!”* (Ad ID 438, 23.6.2015.)

Pääasiallisesti isänmaallisuutta painottavat julkaisut hyödyntävät viestinnässään kuitenkin visuaalisia elementtejä. Yhdysvaltojen lippu, kansallislintu ja muut patrioottiset tunnukset hallitsevat julkaisuja. Kuvien avulla pyritään herättämään lukijoissa kansallista ylpeyttä sekä voimakkuuden ja yhteenkuuluvuuden tunteita. Julkauksissa vaaditaan kansalaisia *”seisomaan perustuslaillisten oikeuksiensa takana”* ja *”liittymään amerikkalaiseen ristiretkeen”* (Ad ID 509, 13.4.2016). Ristiretkiä koskevien viittausten voi katsoa korostavan Yhdysvaltojen kristillistä identiteettiä. Viesteissä painotetaan toimintaa ja korostetaan jokaisen henkilön isänmaallista velvollisuutta osallistua Yhdysvaltojen puolustamiseen.



**Kuva 41** (Ad ID 438, 23.6.2015)

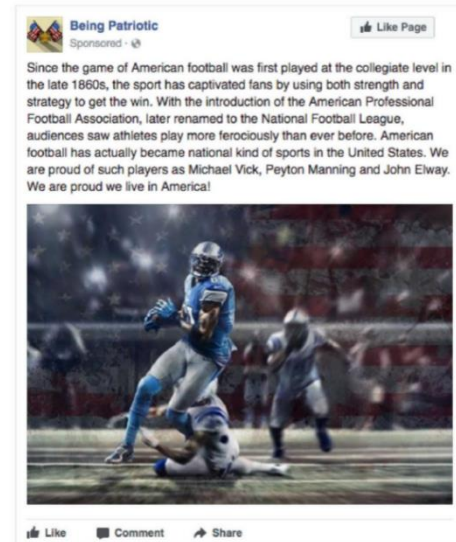


**Kuva 42** (Ad ID 509, 13.4.2016)

Julkaisuissa puhutaan stereotyyppisistä yhdysvaltalaisista arvoista, kuten ”vapaudesta” (Ad ID 520, 23.6.2015). Muutamat yksittäiset julkaisut nostavat esiin amerikkalaista historiaa ja kansallisia ylpeydenaiheita, kuten Kuun valloittamisen ja amerikkalaisen jalkapallon.



**Kuva 43** (Ad ID 557, 23.6.2015)



**Kuva 44** (Ad ID 554, 23.6.2015)

Kehyksen sisältämien julkaisujen mukaan maahanmuutto edustaa merkittävintä ja kiireellisintä uhkaa Yhdysvalloille. Maahanmuuttoa käsittelevien julkaisujen mukaan maahanmuuttajat ovat ennen kaikkea kustannus ja potentiaalinen uhka. Maahanmuuttajaväestön ja Yhdysvalloissa syntyneiden kansalaisten välille luodaan vahvaa vastakkainasetelua:

*”Miksi maahanmuuttajat luulevat, että Yhdysvaltojen valtion tulisi luoda heille hyvät olosuhteet? Minun mielestäni maahanmuuttajien tulisi todistaa, että he ansaitsevat jäädä Yhdysvaltoihin. Miksi meidän tulisi antaa kansalaisuus niille, jotka eivät voi antaa valtiolle mitään hyvää? Pahinta on, kun maahanmuuttajat, jotka ovat rikkoneet lakia asuakseen Yhdysvalloissa pyytävät avustuksia. Mitä roskaa! Laittomat tulisi karkottaa poikkeuksetta.”* (Ad ID 556, 23.6.2015.)

Julkaisut maalavat kuvaa välittömästä uhasta, jonka torjuminen vaatii kiireellisiä toimia. Useat viestit mainostavat IRA:n ylläpitämiä maahanmuuttovastaisia Facebook-ryhmiä. Maahanmuuttajista puhutaan ”laittomina” ja ”tunkeutujina”, jotka ”vievät työpaikkasi ja rahasi!” (Ad ID 1281, 8.4.2016). Erottelua laillisen ja luvattoman maahanmuuton välillä pyritään julkaisuissa tahallisesti hämärtämään. Tavoitteena on saada lukija vastustamaan kaikenlaista maahanmuuttoa.

Julkaisujen mukaan Yhdysvallat tulee ”pelastaa” niin sanotulta laittomalta maahanmuuttolta ja ”rajat tulee sulkea ennen kuin on liian myöhäistä” (Ad ID 1333, 13.4.2016). Maahanmuuttajat nähdään hyvin negatiivisessa valossa ja näiden katsotaan uhkaavan Yhdysvaltojen olemassaoloa. Useat julkaisut kuvaavat nimenomaan Meksikon ja Yhdysvaltojen välistä raja-aluetta. Näin annetaan selvä viesti siitä, mistä uhka on peräisin ja minäkalaisista maahanmuuttoa ensisijaisesti vastustetaan.



**Kuva 45** (Ad ID 1333, 13.4.2016)



**Kuva 46** (Ad ID 1339, 13.4.2016)

Kuten valtaosa muustakin kehyksen sisällöstä, myös maahanmuuttoa vastustavat julkaisut hyödyntävät isänmaallisia arvoja kuvastavia symboleita viestinnässään. Selvin esimerkki tämän kaltaisesta visuaalisesta elementistä on Yhdysvaltojen lippu. Muita vastaavia kuvia ovat esimerkiksi Yhdysvaltojen menneitä sotia, kuten Toista maailmansotaa ja Yhdysvaltain vapaussotaa koskevat kuvat. Nämä kuvat korostavat kehyksen viestiä siitä, että kyseessä on taistelu, joka tulee voittoa ja uhattuna ovat ennen kaikkea Yhdysvaltojen edustamat arvot ja itsenäisyys. Julkaisut myös asettavat sotaveteraanien ja maahanmuuttajien edut vastakkain korostamalla, että Yhdysvaltojen tulee ”huolehtia veteraaneistaan, eikä laittomista” (Ad ID 1271, 13.4.2016).

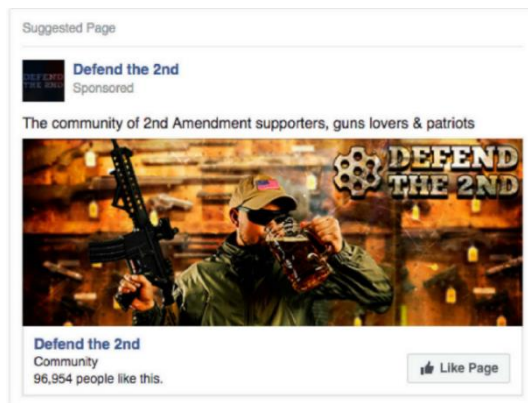


**Kuva 47** (Ad ID 1271, 13.4.2016)



**Kuva 48** (Ad ID 1325, 13.4.2016)

Kehyksen arvomaailmaan liittyy olennaisena osana oikeus omistaa aseita. Usein tämä näkemys tiivistyy aseiden omistamisen ja kantamisen sallivan Yhdysvaltojen perustuslain toisen lisäyksen puolustamiseen. Julkaisuissa mainostetaan ”*Defend the 2nd*” nimistä Facebook- sivua, joka on omien sanojensa mukaan ”*yhteisö perustuslain toisen lisäyksen tukijoille, aseiden rakastajille & patriooteille*” (Ad ID 2897, 7.4.2017). Yhteisöä markkinoidaan muun muassa stereotyyppisen maskuliinisella kuvalla sotilaalta vaikuttavasta miehestä, jonka toisessa kädessä on ase ja toisessa olutlasi.



**Kuva 49** (Ad ID 2897, 7.4.2017)



**Kuva 50** (Ad ID 2917, 19.4.2017)

Julkaisuissa kritisoidaan aseenkanto-oikeutta kyseenalaistavia mielipiteitä ja painotetaan, että oikeus omistaa aseita on erottamaton osa yhdysvaltalaisuutta. Aseiden katsotaan tuovan ”*itseluottamusta*” ja antavan omistajilleen ”*mahdollisuuden puolustaa itseään*” (Ad ID 1917, 22.4.2016). Aseita puolustetaan vetoamalla myyttisiin Yhdysvaltojen ”perustajaisiin” ja näiden laatimaan perustuslakiin, johon kajoamista ei pidetä mahdollisena. Tulilaseilla tehtyjen joukkomurhien ei katsota oikeuttavan aselakien kiristämistä:

*”Republikaanien strategi Karl Rove sanoi ”Fox News Sunday” ohjelmassa, että ainoa tapa ehkäistä keskiviikkona Emmanuel African- metodistikirkossa Charlestonissa tapahtuneen joukkomurhan kaltaista, aseisiin liittyvää väkivaltaa on kumota Yhdysvaltojen kansalaisten perustuslain toisen lisäyksen tuomat oikeudet. On outoa kuulla tämä mieheltä, joka aiemmin tuki toista lisäystä. Selvän henkilökohtaisen mielipiteen puuttuminen on erittäin huono piirre ihmisessä. Mutta tällä ei ole väliä. Oikeus kantaa asetta on amerikkalaisten erottamaton oikeus, jonka saimme perustajaisiltä. Toinen lisäys takaa ihmisten turvallisuuden. Oikeus aseiden omistamiseen ja kantamiseen on ollut olemassa jo ennen kirjoitettua perustuslakia. Valtion tulisi kunnioittaa toista lisäystä ja lakia ylipäättään. On sääli, kun jotkut poliitikot ajattelevat toisin. Ihmisten tulisi ymmärtää ettei ase ole tappamisen työkalu, vaan itsesuojeluun tarkoitettu työkalu. Ja me puolustamme oikeuttamme omistaa ja kantaa aseita!”* (Ad ID 551, 23.6.2015.)



Aseet liitetään osaksi Yhdysvaltojen kulttuurihistoriaa yhdistämällä ne perinteistä amerikkalaista mainoskuvaa esittävään kokonaisuuteen.



**Kuva 51** (Ad ID 551, 23.6.2015)

Aseenkanto-oikeutta käsittelevät julkaisut pyrkivät ennen kaikkea esittämään aseet erotamattomana osana yhdysvaltalaisuutta. Viestit esittävät vahvoja mielipiteitä ja luovat kuvaa siitä, ettei aseenkanto-oikeudesta ole mahdollista käydä rakentavaa väittelyä. Aseiden vastustaminen nähdään epäamerikkalaisena ja ennen kaikkea perustuslainvastaisena.

Kansallismielisen kamppailun kehyksen alle kuuluvat kenties hieman ristiriitaisesti myös Yhdysvaltain valtiota ja sen valtaa vastustava sisältö. Liittovaltiota kritisoidaan kuitenkin vahvan isänmaallisesta näkökulmasta. Toisinaan julkaisut liitetään osaksi Yhdysvalloissa käytyä keskustelua siitä, tulisiko tiettyjä valtion sisällissotaan viittaavia tunnuksia, esimerkiksi Amerikan konfederaation lippua enää käyttää julkisilla paikoilla. Julkaisut ovat säilyttämisen puolella ja esimerkiksi konfederaation lipun katsotaan ”*symboloivan patriootteja, jotka olivat valmiina kuolemaan suojellakseen tätä valtiota ja varmistaakseen, että se säilyy sellaisena kuin perustajat tarkoittivat*” (Ad ID 555, 23.6.2015). Julkaisut katsovat konfederaation edustaneen aitoa amerikkalaisuutta.

*”Konfederaation lippu edustaa perinteitä, ei vihaa. ”Sisällissodaksi” kutsuttu sota oli tosiasiassa ”Etelän itsenäisyysota”. Tämä on meidän historiamme ja perintömme. Jos tietyt ryhmät hyödyntävät lippua viharikoksien tai rasmin yhteydessä ei se tee Etelän lipusta rasistista.”* (Ad ID 555, 23.6.2015.)



**Kuva 52** (Ad ID 555, 23.6.2015)

Myös valtiovastaiset julkaisut pyrkivät luomaan saman mielisten yhteisöä. Julkaisuissa pyydetään ihmisiä ”*seisomaan kansan eikä valtion takana*” (Ad ID 534, 13.4.2016) ja ”*pysäyttämään liittovaltion liiallinen puuttuminen*” (Ad ID 455, 13.4.2016). Julkaisujen hyödyntämissä kuvissa esiintyy liittovaltiota vastaan protestoivia ihmisryhmiä. Osallistujia kuvataan ”*todellisiksi patriooteiksi*” (Ad ID 534, 13.4.2016).



**Kuva 53** (Ad ID 455, 13.4.2016)



**Kuva 54** (Ad ID 534, 13.4.2016)

Liittovaltiota vastustavat julkaisut pyrkivät luomaan epäluuloa valtiollisia tahoja kohtaan. Viestien tavoitteena on erottaa julkinen hallinto amerikkalaisuudesta ja isänmaallisuudesta. Näin liittovaltiosta muodostuu vihollinen, jota vastaan tulee taistella.

#### 7.4. Seksuaalinen identiteetti

Alle neljä prosenttia IRA:n julkaisuista sijoittui seksuaalisen identiteetin kehyksen alle. Kehyksen julkaisut luovat seksuaalivähemmistöihin kuuluvien henkilöiden välistä yhteisöllisyyttä ja korostavat seksuaalisen vapauden merkitystä. Kehyksen positiivinen ilmapii ri muistuttaa etnistä ylpeyttä käsitteleviä julkaisuja, mutta keskittyy nimenomaan seksuaaliseen suuntautumiseen ja sukupuoli-identiteetteihin. Perinteiset seksuaalivähemmistöjen sateenkaaritunnukset hallitsevat monia julkaisuja.



Kuva 55 (Ad ID 660, 24.6.2015)



Kuva 56 (Ad ID 661, 24.6.2015)

Julkaisut ovat voimakkaan yhteisöllisiä ja korostavat ”yhdessä pysymisen” tärkeyttä ja viittaavat jaettuun ”yhteen kamppailuun” (Ad ID 580, 16.6.2015). Seksuaalivähemmistöjen asiaa ajavaa Facebook-sivua markkinoidaan toteamalla:

”Me puhumme maanlaajuisesti kaikkien LGBT-yhteisöön kuuluvien puolesta.” (Ad ID 665, 23.6.2015).



Kuva 57 (Ad ID 580, 16.6.2015)

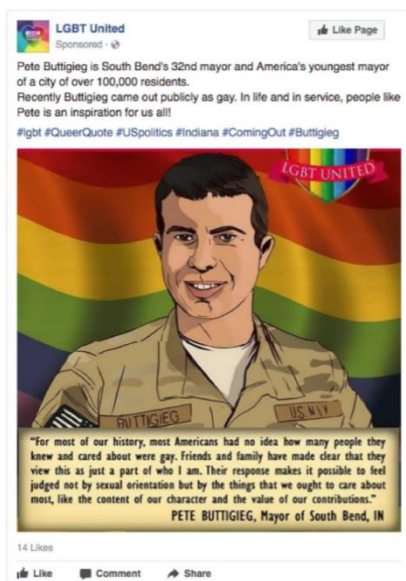


Kuva 58 (Ad ID 665, 23.6.2015)

Merkittävä yksittäinen teema julkaisuissa on avoimesti eri seksuaalivähemmistöihin kuuluvien julkisuuden henkilöiden korostaminen. Useimmiten näissä julkaisuissa kerrotaan siitä, miten kyseiset henkilöt ovat kertoneet seksuaalisesta suuntautumisestaan. Kyseiset henkilöt voivat olla esimerkiksi urheilijoita tai poliitikkoja:

*”Ammattipainija Matt Cage, joka tunnetaan ”Moneyna” tiedotti avoimesti Facebookissa olevansa homoseksuaali. Aiemmin Matt Hullum kertoi olevansa biseksuaali.” Julkaisun mukaan uutisen ”pitäisi miellyttää koko edistyksellistä ihmiskuntaa, koska ulostulo vahvistaa käsityksen siitä, että homoseksuaalisuus ja maskuliinisuus ovat täydellinen yhdistelmä, eivätkä ne ole ristiriidassa keskenään” (Ad ID 659, 24.6.2015.)*

*”Pete Buttigieg on South Bendin 32 pormestari ja Amerikan nuorin yli 100 000 asukkaan kaupungin pormestari. Lähiaikoina Buttigieg tuli avoimesti ulos homoseksuaalina. Peten kaltaiset ihmiset ovat meille inspiraation lähde, niin elämässä kuin palvelussakin!” (Ad ID 657, 23.6.2015.)*



**Kuva 59** (Ad ID 657, 23.6.2015)



**Kuva 60** (Ad ID 659, 24.6.2015)

Julkaisut tukevat seksuaalivähemmistöjen asiaa ajavaa aktivismia ja vähemmistöjä koskevan tietoisuuden levittämistä. Yksi esimerkki käsittelee lapsien kasvattamista:

*”Lasten ei tulisi pelätä näyttää keitä he todella ovat; heidän ei tulisi pelätä puhua seksuaalivähemmistöjen historiasta; heidän tulisi tietää, että on normaalia olla homoseksuaali tai lesbo tai muunsukupuolinen. Kaikki pitäisi opettaa ymmärtämään seksuaalivähemmistöjä ja pitämään näitä tavallisina kansalaisina.” (Ad ID 660, 24.6.2015.)*



Seksuaalisen identiteetin kehyksen julkaisut muistuttavat luonteeltaan huomattavan paljon edellä käsiteltyjä etnistä yhteisöllisyyttä käsitelleitä julkaisuja. Viesteissä luodaan positiivisella tavalla yhteistä identiteettiä ja kulttuuria. Julkaisujen tavoitteena on saada seksuaalivähemmistöihin kuuluvat ihmiset hyväksymään itsensä ja olemaan seksuaalisesta suuntautumisestaan ylpeitä.

#### 7.5. Poliittinen kampanjointi

Vain prosentti kaikista julkaisuista lukeutui poliittisen kampanjoinnin kehykseen. Kehyksen nimi viittaa Yhdysvaltojen vuoden 2016 presidentinvaalien yhteydessä käytyyn poliittiseen kamppailuun. Julkaisuissa tuetaan ja arvostellaan poliittisia toimijoita. Huomionarvoista on, että kaikki kehyksen sisältämät viestit on suunnattu afroamerikkalaiselle väestönosalle. Näin julkaisut pyrkivät löytämään ehdokkaan, joka *”taistelee mustan yhteisön puolesta”* (Ad ID 220, 21.4.2016).

Demokraattisen puolueen presidenttiehdokasta Hillary Clintonia pidetään sopimattomana ajamaan afroamerikkalaisen väestönosan asiaa. Hillary Clintonia käsittelevässä julkaisuissa käytetään Donald Trumpin kampanjalle tunnusomaista *”#HillaryClintonVankilaan2016”* aihe tunnustetta. Clintonia syytetään afroamerikkalaisten *”manipuloinnista”*. (Ad ID 1038, 7.4.2016.) Hillary Clintonia kritisoidaan myös tämän aviomiehen, entisen presidentin Bill Clintonin kautta. Julkaisut pyrkivät vieraannuttamaan afroamerikkalaisia äänestäjiä demokraattisesta puolueesta ja luomaan vastakkainasettelua afroamerikkalaisten oikeuksia ajavien liikkeiden ja Clintonien välille. Afroamerikkalaisen yhteisön tilanne nähdään julkaisuissa synkkänä ja demokraattista puoluetta sekä etenkin Hillary Clintonia pidetään syyllisinä vallitsevaan köyhyyteen ja epätasa-arvoon.

*”Jos kerran Hillary ja hänen puolueensa ovat tehneet eteemme niin paljon, niin miksi köyhyys lisääntyy mustassa yhteisössä? Miksi emme näe taloudellista kehitystä? Miksi meille ei ole työpaikkoja? Miksi mustien työttömyysaste on kaksinkertainen kansalliseen keskiarvoon verrattuna? Hän ei ollut puolellamme ennen vaaleja, muistattehan? Jos näitä kysymyksiä kysyttäisiin useammin, vaalipäivästä tulee Hillary Clintonille jälleen uusi pettymys. Ota osaa äkkiryhmään ja näytä kaikille, ettei kukaan voi manipuloida mustia äänestäjiä.”* (Ad ID 1038, 7.4.2016.)

*"Bill Clinton kertoo vihaisesti Black Lives Matter- liikkeeseen kuuluville protestoijille, että nämä "puolustavat niitä ihmisiä, jotka tappavat niitä eläimiä, joiden te sanotte merkittävän." Viimeinkin Clintonit näyttävät todellisen värinsä. Torstaina entinen presidentti Bill Clinton antoi Black Lives Matter- liikkeelle uuden syyn epäillä Hillarya." (Ad ID 210, 8.4.2016.)*



**Kuva 61** (Ad ID 1038, 7.4.2016)

Julkaisut luovat myös kuvaa afroamerikkalaisen yhteisön pettymyksestä presidentti Barack Obamaan, jonka katsotaan epäonnistuneen väestönosan oikeuksien puolustamisessa. Myös Obamaa syytetään afroamerikkalaisten synkästä tilanteesta:

*"Afroamerikkalaiset vähemmistöt olisivat valinneet mieluummin Westin kuin Obaman vuosina 2009 ja 2012. Mutta meillä ei ollut mahdollisuutta. Cornel on hyvä johtaja, hän tuntee mustan yhteisön kärsimyksen. Obamaa tukivat valkoihoisten omistamat suuryritykset. Obama ei koskaan yrittänyt suojella mustia poliisin aiheuttamalta paineelta, eikä koskaan yrittänyt lopettaa mustiin kohdistuvaa poliisiväkivaltaa. Laskekaa vain, kuinka monta mustaa elämää tuhoutui hänen presidenttikautensa aikana. Luku on hirvittävä." (Ad ID 409, 24.6.2015.)*

Vain yksi kehyksen sisältämä julkaisu tukee tiettyä presidenttiehdokasta, demokraattisen puolueen ehdokkuutta tavoitellutta Bernie Sandersia. Sandersia puolustetaan hyvin samasta näkökulmasta, kuin mistä Hillary Clintonia kritisoidaan. Julkaisun tavoitteena on ohjata afroamerikkalaisia äänestäjiä Sandersin kannalle. Sandersin katsotaan ajavan afroamerikkalaisten asemaa, eikä tätä yhdistetä kritisoituun demokraattiseen puolueeseen.

*”Bernie Sanders on todistanut olevansa kaikin tavoin paras ehdokas. Hän on oikeudenmukainen ja vahva ja hän on ainoa, joka taistelee mustan yhteisön puolesta. Hän on taistellut yli 40 vuotta epäoikeudenmukaisuutta vastaan ja pitänyt kiinni moraalisista arvoistaan. Äänestä Bernietä!”* (Ad ID 220, 21.4.2016.)

Poliittisen kampanjoinnin kehyksen sisältämien julkaisujen alhaista lukumäärää voi pitää yllättävänä tuloksena. Kaiken kaikkiaan vain neljä tutkimusaineiston sisältämää julkaisua keskittyi käsittelemään vuoden 2016 presidentinvaaleja. Nämä julkaisut keskittyivät demokraattisen puolueen ja etenkin puolueen presidenttiehdokkaan Hillary Clintonin arvosteluun. Viesteissä Clintonia syytettiin afroamerikkalaisen yhteisön ahdingosta ja ohjattiin afroamerikkalaisia äänestäjiä Bernie Sandersin poliittiseen leiriin.

## 8 Tutkimustulokset

Tässä tutkielmassa pyrin avaamaan niin sanotun Venäjän trollitehtaan, eli *Internet Research Agency*n toimintaa sosiaalisessa mediassa. Tarkastelin IRA:n vuosina 2015-2017 Facebookissa julkaisemaa sisältöä sisällönanalyysin ja kehysanalyysin avulla. Tutkielmani ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä käsittelen, mitkä aihealueet, arvoasetelmat ja näkökulmat korostuvat IRA:n julkaisuissa. Tutkielmani toisen tutkimuskysymyksen kautta pyrin tarkastelemaan, mitä propagandalajeja IRA hyödynsi viestinnässään.

Ennen varsinaista analyysiani selvitin IRA:n julkaisujen käsittelemät aihealueet. Löysin yhteensä 20 aihealuetta, joista merkittävimmät käsittelivät eri vähemmistöryhmien identiteettiä, historiaa ja näiden kohtaamia haasteita. Noin 64 % kaikista IRA:n julkaisuista käsitteli tavalla tai toisella afroamerikkalaista väestönosaa ja oli suunnattu ryhmän edustajille. Suurimmat yksittäiset aihealueet koskivat afroamerikkalaista kulttuuria ja historiaa sekä afroamerikkalaisiin kohdistuvaa poliisiväkivaltaa.

Toiseksi eniten julkaisuissa käsiteltiin latinalaisamerikkalaisen väestönosan identiteettiä, kulttuuriin ja historiaan liittyviä aihealueita. Nämä aihealueet kattoivat noin 17 % kaikista julkaisuista. Julkaisuissa korostuivat latinalaisamerikkalaisen ja meksikolaisen kulttuurin ominaispiirteiden käsittely ja erilaiset maahanmuuttoon liittyvät menestystarinat.

Kolmas julkaisuista löytyvä tarkasti rajattu ihmisryhmä oli eri seksuaalivähemmistöihin kuuluvat ihmiset, joiden identiteettiä ja kulttuuriin liittyviä aiheita käsiteltiin noin viidessä prosentissa kaikista julkaisuista. Merkittävimmät aihealueet koskivat seksuaalivähemmistöjen elintapaa ja näihin kohdistuvaa syrjintää.

Löysin aineistosta useita yksittäisiä poliittisia kysymyksiä käsitteleviä aihealueita. Noin kuusi prosenttia julkaisuista käsitteli maahanmuuttoa, usein vahvasti joko positiivisesta tai negatiivisesta näkökulmasta. Noin kolme prosenttia julkaisuista käsitteli isänmaallisuutta ja hyvin pieni prosentti muita poliittisia kysymyksiä, kuten aseenkanto-oikeutta, valtiovastaisuutta tai presidentinvaaleja.

Aihealueiden luokittelu antoi aineistosta kattavan yleiskuvan. Tämän jälkeen tutkimusaineistoon oli helpompi syventyä tarkemmin kehysanalyysin avulla. Varsinaisen analyysini kautta tunnistin aineistosta viisi hallitsevaa kehystä. Näitä olivat etninen ylpeys ja yhteisöllisyys, yhteiskunnallinen rasismi ja syrjintä, kansallismielinen kamppailu,

seksuaalinen identiteetti ja poliittinen kampanjointi. Seuraavaksi käsittelen muodostamiani kehyksiä, joiden avulla pyrin vastaamaan tutkielmani ensimmäiseen tutkimuskysymykseen.

Etnisen ylpeyden ja yhteisöllisyyden kehys oli muodostamistani kehyksistä ylivoimaisesti hallitsevin. Noin 59 % IRA:n julkaisuista painottaa viestinnässään kehyksen sisältämiä aiheita, arvoasetelmia ja näkökulmia. Valtaosa julkaisuista korostaa nimenomaan etnisen identiteetin merkitystä ja pyrkii luomaan positiivista kuvaa tietystä väestöryhmästä, kuten afroamerikkalaisista, meksikolaisista tai latinalaisamerikkalaisista. Julkaisuissa tietyt etniseen alkuperään liittyvät piirteet nähdään kunnioitettavina ja tavoittelemisen arvoisina. Esimerkiksi afroamerikkalaisten yhteisöllisyyttä pyritään luomaan korostamalla juuri heille tyypillisten ulkonäköpiirteiden kauneutta. Omaa väestöryhmää kohtaan tunnettua uskollisuutta ja muihin ryhmiin kohdistuvaa epäluuloa herätetään julkaisuissa luomalla kuvaa etniseen ulkonäköön kohdistuvasta ulkopuolisesta kritiikistä ja rasismista. Kuvaa afroamerikkalaisesta tai meksikolaisesta erinomaisuudesta pyritään luomaan nostamalla esiin kouluttautuneita, arvostetuissa ammateissa toimivia tai muuten menestyneitä väestöryhmien edustajia. Kehyksen sisältämien julkaisujen voi katsoa pyrkivän luomaan yhteiskunnallista vastakkainasettelua korostamalla etnistä yhteisöllisyyttä. Tietyn väestöryhmän nostaminen jalustalle ja käsitykset tähän kohdistuvasta ulkoisesta vihamielisyydestä korostavat tarvetta ryhmäytyä ja suojella omaa identiteettiä.

Julkaisujen sisältämät historialliset argumentit ja viittaukset ovat isossa roolissa etnisen yhteisöllisyyden luomisessa. Afroamerikkalaista yhteisöllisyyttä pyritään luomaan viittauksilla väestönosan käymään kansalaisoikeustaisteluun ja orjuuden päättymiseen. Julkaisuissa korostetaan tarvetta yhteiskunnalliseen aktivismiin ja historiallisia traumoja käytetään väestöryhmien nykytilanteiden kuvaamisessa. Myös meksikolaista yhteisöllisyyttä luodaan viittauksilla historiallisiin kamppailuihin, kuten Meksikon vallankumoukseen. Julkaisujen tavoitteena on antaa kuva jaetusta kärsimyksestä ja taistelusta, mikä omalta osaltaan lisää omaa ryhmää kohtaan tunnettua uskollisuutta ja myötätuntoa.

Suuri osa etnisen ylpeyden ja yhteisöllisyyden kehyksen julkaisuista käsittelee afroamerikkalaisten ja meksikolaisten historiallisia juuria. Julkaisuissa painottuu ajatus siitä, ettei omia juuriaan tule unohtaa. Historiallisen taustan ja perinnön avulla pyritään kohottamaan väestöryhmien itsetuntoa ja ylpeyttä. Afroamerikkalaisen väestönosan juuret paikannetaan julkaisuissa muinaiseen Egyptiin, jonka korkeakulttuurin jälkeläisiä

afroamerikkalaisten katsotaan olevan. Meksikolaiset puolestaan yhdistetään Etelä-Amerikan alkuperäiskansoihin ja eritoten asteekkeihin. Väestöryhmien historiallista perintöä käsittelevät julkaisut hyödyntävät viestinnässään usein tunnettuja korkeakulttuureihin liitettyjä symboleja ja rakennuksia. Pyramidiin ja kuolinnaamioiden yhdistäminen julkaisun sanalliseen viestiin rakentaa tehokkaalla tavalla afroamerikkalaista identiteettiä ”Egyptin faaraoiden perillisinä”. Usein historiallisia juuria käsitteleviin julkaisuihin liittyy ajatus siitä, että ulkopuoliset voimat haluavat peittää esimerkiksi afroamerikkalaisten menestyksensä taustan. Näin luodaan jälleen kuvaa vähemmistöryhmiin kohdistuvasta syrjinnästä ja rasismista.

Toiseksi suurin muodostamani kehys käsittelee yhteiskunnallista rasismia ja syrjintää. Kehys pitää sisällään noin 26 % IRA:n julkaisuista. Verrattuna edellä käsiteltyyn etnisen ylpeyden ja yhteisöllisyyden kehykseen, yhteiskunnallisen rasismin ja syrjinnän kehyksen sisältämien julkaisujen näkökulma on vihamielinen ja negatiivinen. Julkaisut luovat kuvaa Yhdysvalloista rasistisena sekä epäoikeudenmukaisena maana ja korostavat ihmisryhmien välistä vastakkainasettelua.

Valtaosa kehyksen sisällöstä käsittelee afroamerikkalaisiin kohdistuvaa poliisiväkivaltaa. Julkaisut ovat vahvasti afroamerikkalaisen väestönosan puolella ja ne syyttävät Yhdysvaltojen poliisia brutaalista väkivallasta ja rasismista. Vahva vastapuolen syyllistäminen yllyttää julkaisujen kohdeyleisöä aktivismiin ja tottelemattomuuteen. Poliisia kohtaan tunnettua vihaa ja afroamerikkalaisen yhteisön kokemaa yhteisöllisyyttä korostetaan hyödyntämällä poliisin surmaamien afroamerikkalaisten kuvia. Julkaisuissa pyritään herättämään afroamerikkalaisissa epäluuloa poliisia kohtaan ja muodostamaan käsitystä Yhdysvalloista rasistisena ja väkivaltaisena maana.

Yhdysvalloista annetaan hyvin negatiivinen kuva myös laajemmin yhteiskunnallista rasismia ja syrjintää käsittelevissä julkaisuissa. Yhdysvaltojen oikeus- ja koulujärjestelmän katsotaan syrjivän ja alistavan afroamerikkalaisia, mutta rakenteellista epäoikeudenmukaisuutta kohdistuu julkaisujen mukaan myös seksuaalivähemmistöihin. Julkaisut pyrkivät osaltaan näyttämään, etteivät maan kansalliset instituutiot aja vähemmistöryhmien etua, vaan pikemminkin uhkaavat näiden olemassaoloa. Näin julkaisujen kohdeyleisöä pyritään vieraannuttamaan valtiollisista toimijoista. Voimakas vastakkainasettelu myös syventää kyseisten ihmisryhmien välisiä jakolinjoja.

Muodostamani kansallisen kamppailun kehys sisälsi noin 11 % julkaisuista. Kehykseen sisältyvät julkaisut ajavat isänmaallisuutta, konservatiivisia arvoja ja maahanmuuttovastaisuutta. Useat kehyksen julkaisut hyödynsivät erilaisia isänmaallisia symboleja julkaisuissaan. Julkaisut luovat kuvaa siitä, että Yhdysvaltojen perimmäinen identiteetti on uhattuna ja sitä tulee suojella. Uhkia edustavat aseenkanto-oikeuden haastaminen ja etenkin maahanmuutto. Aseenkanto-oikeutta pidetään julkaisuissa osana amerikkalaisuutta, eikä siitä luopumista pidetä mahdollisena. Oikeus pohjautuu Yhdysvaltojen perustuslakiin, jota pidetään julkaisuissa täydellisenä ja ikuisena. Aseita pidetään julkaisuissa itsepuolustusvälineinä, eikä niihin kohdistuvaa kritiikkiä suvaita. Maahanmuutto leimataan julkaisuissa kiireelliseksi uhaksi, joka tulee pysäyttää ennen kuin se tuhoaa Yhdysvallat. Julkaisuissa puhutaan ennen kaikkea laittomasta maahanmuutosta, jonka annetaan ymmärtää suuntautuvan Yhdysvaltoihin etenkin Meksikosta. Julkaisuihin liitetyt kuvat kuvaavat Yhdysvaltojen ja Meksikon välistä rajamuuria ja sitä ympäröivää autiomaata. Maahanmuuttajat koetaan viesteissä vahvasti ulkopuolisiksi ja näiden katsotaan aiheuttavan Yhdysvalloille lähinnä kustannuksia. Useat julkaisut ehdottavat tilanteen korjaamiseksi Yhdysvaltojen rajojen laittamista kiinni.

Seksuaalisen identiteetin kehys sisälsi noin neljä prosenttia IRA:n julkaisuista. Julkaisut muistuttavat näkökulmiltaan ja painotuksiltaan etnistä ylpeyttä käsitelleitä julkaisuja. Ne ovat luonteeltaan usein positiivisia ja kehuja. Kehyksen sisältämät julkaisut pyrkivät luomaan yhteisöllisyyden tunnetta seksuaalivähemmistöjen sisällä ja käsitelivät erilaisia vähemmistöryhmien elämäntapaan liittyviä aiheita. Useat julkaisut nostivat esiin tunnettuja seksuaalivähemmistöihin kuuluvia henkilöitä ja pyrkivät näin kasvattamaan vähemmistöön kuuluvien ihmisten itsetuntoa ja näiden välistä yhteisöllisyyttä. Valtaosa kehyksen julkaisuista sisälsi stereotyyppisiä seksuaalivähemmistöihin yhdistettyjä kuvia, kuten sateenkaaria.

Viimeinen muodostamani kehys käsitteli vuoden 2016 presidentinvaaleja. Tähän poliittisen kampanjoinnin kehykseen kuului vain yksi prosentti tutkimusaineistoni julkaisuista. Julkaisujen alhaista määrää voi pitää yllätyksellisenä. Kaikki kehyksen julkaisut argumentoivat afroamerikkalaisen väestönosan näkökulmasta. Julkaisuissa etsitään sopivinta ehdokasta ajamaan afroamerikkalaisten etuja Yhdysvalloissa. Suuri osa julkaisuista kritisoi Yhdysvaltain demokraattista puoluetta ja etenkin sen presidenttiehdokasta Hillary Clintonia. Clintonia syytetään afroamerikkalaisten kärsimästä köyhyydestä ja näiden kohtaamasta syrjinnästä. Myös muita merkittäviä demokraattisen puolueen edustajia,

kuten Bill Clintonia ja Barack Obamaa kritisoidaan julkaisuissa. Tavoitteena on vieraannuttaa afroamerikkalaiset äänestäjät demokraattisesta puolueesta ja sen merkkihahmoista.

Tutkimusaineistosta löytyi vain yksi julkaisu, jossa kannatettiin tiettyä presidenttiehdokasta. Demokraattisen puolueen ehdokkuutta tavoitellutta Bernie Sandersia pidetään julkaisuissa parhaimpana vaihtoehtona ajamaan afroamerikkalaisen yhteisön asiaa. Sandersia pidetään oikeudenmukaisena ja arvojensa mittaisena. Julkaisun pyrkimykseni on ohjata afroamerikkalaisia äänestäjiä Sandersin tukijoukkoihin.

Harjoittamani analyysin tuloksena voidaan havaita, että valtaosa IRA:n julkaisuista käsittelee tiettyihin Yhdysvaltojen etnisiin väestöryhmiin liittyviä aiheita. Ylivoimaisesti suurin ryhmä olivat afroamerikkalaiset, mutta huomattava määrä sisältöä kohdistettiin myös meksikolaiselle väestönosalle ja laajemmin Yhdysvalloissa asuville latinalaisamerikkalaisen taustan omaaville henkilöille. Julkaisuissa korostuvat ennen kaikkea etnisen ylpeyden ja yhteisöllisyyden näkökulma. Julkaisuissa alleviivattiin ihmisen etnisen taustan merkitystä, jonka läpi ympäröivää maailmaa tulisi tarkastella. Julkaisut pyrkivät luomaan tiukkoja jaotteluja ihmisryhmien välille ja osoittamaan, että eri vähemmistöihin lukeutuvat ihmiset kohtaavat Yhdysvalloissa rasismia ja väkivaltaa.

Tutkielmani toiseen tutkimuskysymykseen vastasin harjoittamani sisällönanalyysin yhteydessä. Selvitin IRA:n hyödyntämät propagandalajit jakamalla julkaisut viiteen eri luokkaan, jotka muodostin soveltaen aikaisempaa propagandatutkimusta. Luokkiani olivat syyttävä propaganda, integroiva propaganda, analyttinen propaganda ja emotionaalinen propaganda.

Noin kahdeksan prosenttia IRA:n julkaisuista hyödynsi viestinnässään pääasiallisesti syyttävää propagandaa. Tämän kaltaiset julkaisut syyllistävät tiettyä vastapuolta vallitsevasta vääryydestä ja ovat luonteeltaan vihamielisiä. Useimmiten syyttävää propagandaa käytettiin poliisiväkivallan tuomitsemisessa ja afroamerikkalaisia sortavien tahojen kritisoimisessa.

Huomattavasti suurempi osa julkaisuista, noin 33 %, hyödynsi viestinnässään pääasiallisesti integroivaa propagandaa. Integroiva propaganda pyrkii luomaan yhteenkuuluvuuden tunnetta tietyn rajatun ihmisryhmän sisällä. Myös integroivaa propagandaa sisältävät julkaisut kohdistettiin useimmiten afroamerikkalaiselle yleisölle. Integroivaa propagandaa hyödettiin kuitenkin hyvin paljon myös latinalaisamerikkalaisten, seksuaalivähemmistöjen ja kansallismielisten sisäistä yhteisöllisyyttä ajavissa julkaisuissa. Tietyille



etniselle ryhmälle kohdistettu integroiva propaganda hyödyntää viestinnässään useimmiten ajatusta ryhmän yhteisistä historiallisista juurista ja perinteistä. Afroamerikkalaista ulkonäköä käsittelevät julkaisut ovat myös hyvä esimerkki integroivasta propagandasta. Yhteisten ulkonäköpiirteiden korostaminen ja arvostaminen ovat vahvoja yhteisöllisyyttä luovia välineitä.

Vain noin prosentti julkaisuista hyödynsi pääasiallisesti analyyttistä propagandaa. Tämän kaltainen propaganda pyrkii vakuuttamaan kohdeyleisönsä erilaisten faktojen, tilastojen ja lukujen avulla. Tutkimusaineistossa analyyttistä propagandaa hyödynnettiin useimmiten poliisiväkivaltaan tai afroamerikkalaisen väestönosan taloudelliseen tilanteeseen liittyvien tilastojen käsittelyssä. Nämä julkaisut piirtävät tilastojen avulla kuvaa afroamerikkalaisiin kohdistuvasta silmittömästä väkivallasta ja alistamisesta.

Emotionaalista propagandaa käytti noin 20 % julkaisuista. Nämä julkaisut hyödynsivät viestinnässään ensisijaisesti tunteisiin vetoavia kuvia tai sanallisia viestejä. Suuri osa julkaisuista sisälsi esimerkiksi historiallisia kuvia kaltoin kohdelluista afroamerikkalaisista tai koskettavia tarinoita väkivallan uhreiksi joutuneista vähemmistöihin kuuluvista ihmisistä.

Huomattavan suuri osa IRA:n julkaisuista ei sopinut mihinkään edellä käsittelemistäni neljästä luokasta. Noin 38 % julkaisuista ei sisältänyt mitään tunnistettavissa olevaa viestinnällistä menetelmää, joka olisi täyttänyt propagandalajien luokille antamani kriteerit. Tämän kaltaiset julkaisut sisälsivät usein niin vähän sisältöä, ettei niiden luokittelu ollut mahdollista. Luokkaan kuuluivat myös ne julkaisut, jotka olivat käsittelyn yhteydessä muuttuneet tunnistamattomiksi. Sisällytin luokkaan myös erilaisia tiedotteita muistuttavat julkaisut, joista ei ollut tunnistettavissa, kenen asiaa ne ajavat, mitä niissä vaaditaan tai mitä arvoasetelmia niissä tehdään.

Luokitteluni tuloksena voidaan havaita, että tunnistettavissa olevista propagandalajeista IRA hyödynsi viestinnässään eniten integroivaa ja emotionaalista propagandaa. Valtaosa IRA:n julkaisuista pyrkii näin ollen luomaan yhteisöllisyyttä tiettyjen ihmisryhmien keskuudessa ja hyödyntää viestinnässään useammin tunteita herättäviä kuvia ja tarinoita, kuin esimerkiksi faktoja tai tilastoja.

IRA:n hyödyntämiä propagandalajeja koskeva havaintoni vastaa osaltaan tutkielmani johdannossa esittämäni kysymykseen siitä, tuleeko laskennallinen propaganda ymmärtää perinteisemmän propagandan jatkumona, vai siitä erillinen ilmiönä. Propagandalajien

luokittelun kautta saamani tulokset osoittavat, että myös modernia sosiaalisessa mediassa julkaistua propagandaa voidaan ymmärtää perinteiseen propagandatutkimukseen pohjautuvan jaottelun kautta. Modernin propagandan luonne saattaa kuitenkin aiheuttaa myös haasteita sitä tarkastelevalle analyysille. Sosiaalisessa mediassa julkaistu materiaali eroaa perinteisemmästä propagandasta ja tulee tulevaisuudessa varmasti haastamaan propagandalle annetut määritelmät. Etenkin erilainen puhtaan viihteellinen sisältö tulee hämärtämään pahantahtoisen propagandan ja tavallisen sosiaalisen median sisällön välisiä rajoja.

IRA:n julkaisujen käsittelemät aihealueet ja niissä esiintyvät viittaukset osoittavat huomattavaa Yhdysvaltojen ja eri väestönosien tuntemusta. Julkaisut hyödyntävät argumentoinnissaan esimerkiksi erilaisia historiallisia faktoja ja populaarikulttuurin ilmiöitä. Näiden viittausten avulla kyetään usein luomaan kuva siitä, että IRA:n julkaisema viesti olisi syntynyt kohderyhmän sisällä. Julkaisuissa imitoidaankin vahvasti kohderyhmän identiteettiä ja hyödynnetään mustalle propagandalle tyypillistä viestintää. Vahva kohderyhmän tuntemus näkyy myös siinä, että julkaisuissa on osattu nostaa esiin Yhdysvalloissa yhteiskunnallisesti arkoja ja kiivasta keskustelua herättäviä aiheita. Ilmiöt, kuten poliisiväkivalta, maahanmuutto ja erilaiset rotukysymykset on valittu julkaisujen yleisimmiksi aiheiksi, koska ne ovat iso osa Yhdysvaltojen sosiohistoriallista kontekstia.

Julkaisuissa rakennetaan vahvasti erilaisia ”me vastaan muut” jaotteluja. Julkaisut rohkaisevat kohdeyleisöä mustavalkoiseen ajatteluun, jossa ihmisen henkilökohtainen identiteetti korostuu ja oman ryhmän ulkopuoliset henkilöt näyttäytyvät uhkaavina. Tämä ajatusmaailma johtaa osaltaan yhteiskunnallisten jakolinjojen jyrkentymiseen.

Monet tekemistäni huomioista ovat yhteneviä IRA:n toimintaa tarkastelleiden alustavien tutkimuksen kanssa (DiResta ym., 2018; Howard ym., 2018). Yllättäviä piirteitä tutkimusaineistossani olivat kuitenkin poliittista kampanjointia ja Yhdysvaltain presidentinvaaleja käsittelevien julkaisujen pieni lukumäärä. Tutkielmani aineisto ei sisältänyt yhtään mainintaa Donald Trumpista tai tämän vaalikampanjasta.

Olen tutkielmani varsinaisen analyysin lisäksi tarkastellut laskennallisen propagandan toimintaympäristöä, sitä harjoittavia toimijoita ja IRA:n organisatorisia ominaisuuksia. Esittelin useita sosiaalisen median ominaisuuksia, jotka mahdollistavat poliittisen propagandan yhä tehokkaamman levittämisen ja kohdentamisen. Algoritmien, bottien ja valeutisten hyödyntäminen julkisen keskustelun manipuloinnissa aiheuttaakin uusia merkittäviä haasteita poliittisille järjestelmille.

Käsittelin myös erilaisten kyberjoukkojen toimintamalleja ja mahdollisia tavoitteita. Kyberjoukkoihin yhdistettyjä vaikuttamisoperaatioita on todettu yhä enemmän ja operaatioissa hyödynnetyt menetelmät voivat vaihdella merkittävästi. Kyberjoukot voivat julkaista valtionhallintoa tukevaa materiaalia, tai keskittyä vaimentamaan hallintoon kohdistuvaa kriittistä keskustelua. IRA:n kohdalla esitin minkälaiset määrälliset tulostavoitteet ohjaavat järjestön toimintaa ja minkälaisia keinoja se on käyttänyt sosiaalisen median seuraajamääriensä kasvattamisessa. Käsittelin myös IRA:n Yhdysvaltoihin kohdistunutta operaatiota, sen mahdollistaneita taustatekijöitä ja operaation saamia mittasuhteita. Seuraavassa luvussa käsittelen tarkemmin tutkielmani tulosten herättämiä ajatuksia, tutkielmani mahdollisia rajoitteita ja tulevan tutkimuksen tarvetta.

## 9 Pohdinta

Tässä tutkielmassa olen pyrkinyt antamaan mahdollisimman kattavan kuvan Venäjän *Internet Research Agency*n toiminnasta ja sen julkaisemasta propagandamateriaalista. Tutkielmani tarkastelun voi kuitenkin katsoa olevan rajoittunutta. Olen tutkinut IRA:n toimintaa tiettyinä ajankohtana ja tietyllä sosiaalisen median alustalla, minkä vuoksi tutkimustuloksiani ei voi pitää kattavana kuvauksena IRA:n harjoittamasta laskennallisesta propagandasta. Tulevan tutkimuksen olisikin hyvä vertailla IRA:n toimintaa useammalla eri alustalla ja tutkia esimerkiksi sitä, painottaako IRA eri aiheita eri sivustoilla tai hyödyntääkö se toiminnassaan samoja viestinnällisiä menetelmiä alustasta riippumatta.

Tutkimustuloksiani ei voi yleistää koskemaan kaikkia valtiollisia kyberjoukkoja. Kyberjoukkojen tavoitteet ja menetelmät vaihtelevat huomattavasti, eikä niitä voida asettaa samaan muottiin. Olisikin mielenkiintoista verrata eri toimijoita ja näiden organisatorisia ominaisuuksia. On myös tärkeää ottaa huomioon, että tutkielmani analyysi ja tutkimustulokset pohjautuvat Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitean julkaisemaan sisältöön. Komitea ei ole julkaissut yksityiskohtaista tietoa siitä, miten IRA:n toimintaa kuvaavat esimerkkijulkaisut on valittu ja antavatko ne kattavaa kuvaa IRA:n toiminnasta sosiaalisessa mediassa. Tutkimusaineistoni muodostavat julkaisut tulee myös ymmärtää Yhdysvaltojen sosiohistoriallisen kontekstin yhteydessä ja onkin erittäin todennäköistä, että esimerkiksi Suomeen kohdistunut vaikuttamisoperaatio painottaisi hyvin erilaisia aiheita ja näkökulmia. Mahdollisia esimerkkejä voisivat olla esimerkiksi Suomen ja Venäjän välinen historia ja suomenvenäläisten asema Suomessa.

Tutkielmani varsinainen tutkimusmenetelmä, eli kehysanalyysi osoittautui hyödylliseksi tavaksi jäsentää ja luokitella lähes 400 Facebook-julkaisun sisältämää informaatiota. Kehysanalyysin avulla pystyin vaivattomasti analysoimaan kuvia ja tekstiä yhdistelevää sisältöä. Kehysanalyysin voi katsoa soveltuvan hyvin juuri propagandaa tarkastelemaan tutkimukseen, jonka pyrkimyksenä on selvittää mitkä näkökulmat, arvoasetelmat tai kaukaaliset tulkinnat korostuvat propagandasisällössä. Näin saadaan tietoa myös siitä, mihin propagandalla on pyritty ja kenelle se on kohdistettu.

Laskennallinen propaganda ja erilaisten teknologisten työkalujen pahantahtoinen hyödyntäminen edustavat aitoa ja kasvavaa uhkaa niin poliittiselle keskustelulle kuin toiminnallekin. Esimerkiksi poliittinen kampanjointi on jo muuttunut peruuttamattomasti modernin viestintäteknologian seurauksena. Algoritmien, poliittisten bottien ja

kohdennettujen valeutisten poliittisia vaikutuksia ei tunneta vielä riittävän hyvin. Ei esimerkiksi ole tarkkaa käsitystä siitä, kuinka paljon verkossa julkaistu propaganda vaikuttaa kohderyhmänsä ajatteluun ja kuinka huolissaan ilmiöstä tulisi olla. Epätietoisuus vaikeuttaa pahantahtoisen toiminnan ennakoimista, tunnistamista ja torjumista. Laskennallisen propagandan monimutkainen luonne ja kasvava rooli korostavat lisätutkimuksen tarvetta entisestään. Voidaankin pitää todennäköisenä, että tässä tutkielmassa käsittelemäni vaikuttamisoperaation kaltaista toimintaa tullaan näkemään myös tulevaisuudessa.

Sosiaalisen median alustojen kasvava rooli yksilöiden poliittisen identiteetin muodostamisessa ja poliittisen toiminnan organisoimisessa tekee niistä merkittäviä vallankäyttäjiä. Alustojen roolia koskeva yhteiskunnallinen keskustelu onkin lisääntynyt lähivuosina. Tämä tutkielma osoittaa, että alustojen tulee ottaa yhä enemmän vastuuta niiden sisällä julkaistusta sisällöstä ja pyrkiä ehkäisemään valheellisten käyttäjätilien ja pahantahtoisten bottien hyödyntämistä. Sosiaalisen median sivustojen vastuulla on myös varmistaa, ettei niiden alustoista muodostu valeutisia levittäviä kaikukammioita, jotka kiihdyttävät yhteiskunnallista jakautumista. Tarvittaessa tulee tarkastella myös sosiaalisen median alustoja koskevan sääntelyn mahdollisuuksia ehkäistä verkossa tapahtuvaa manipulatiivista toimintaa.

Laskennallisen propagandan ymmärtäminen ja siihen varautuminen vaativat yhä enemmän aiheeseen liittyvää tutkimusta ja keskustelua. Moderni teknologia helpottaa kansalaisten tiedonsaantia ja poliittista osallistumista, mutta lisää myös mahdollisuuksia pahantahtoiselle toiminnalle. Tämä tutkielma täydentää osaltaan laskennallista propagandaa koskevaa tutkimusperinnettä ja sen pohjalta on mahdollista lähestyä aihetta uusista näkökulmista.

- Auerbach, Jonathan & Castronovo, Russ. 2014. *The Oxford handbook of propaganda studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Badawy, Adam, Lerman, Kristina & Ferrara, Emilio. 2019. *Who falls for online political manipulation?* Konferenssijulkaisu.
- Bakir, Vian & McStay, Andrew. 2018. Fake news and the economy of emotions. *Digital Journalism* 6:2, 154-175.
- Bastos, Marco & Farkas, Johan. 2019. "Donald Trump is my president!": The Internet Research Agency propaganda machine. *Social Media + Society* 5:3, 1-13.
- Becker, Howard. 1949. The nature and consequences of black propaganda. *American Sociological Review* 14:2, 221-235.
- Benkler, Yochai, Faris, Robert & Roberts, Hal. 2018. *Network propaganda: Manipulation, disinformation and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press.
- Berkowitz, Dan & Schwartz, David. 2016. Miley, CNN and the Onion. *Journalism Practice* 10:1, 1-17.
- Bolsover, Gillian & Howard, Philip. 2019. Chinese computational propaganda: Automation, algorithms and the manipulation of information about Chinese politics on Twitter and Weibo. *Information, Communication & Society* 22:4, 2063-2080.
- Bradshaw, Samantha & Howard, Philip. 2017. Troops, trolls and troublemakers: A global inventory of organized social media manipulation. *Computational propaganda research project working paper* 2017:12. University of Oxford.
- Brantner, Cornelia, Lobinger, Katharina & Wetzstein Irmgard. 2011. Effects of visual framing on emotional responses and evaluations of news stories about the Gaza conflict 2009. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 88:3, 523-534.
- Bucher, Hans-Jürgen & Schumacher, Peter. 2006. The relevance of attention for selecting news content. An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media. *Communications* 31:3, 347-368.

- Clement, Jessica. 2018. *Number of monthly active Instagram users from January 2013 to June 2018*. <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>. Lainattu 14.4.2020.
- Clement, Jessica. 2019. *Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019*. <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>. Lainattu 14.4.2020.
- Clement, Jessica. 2020. *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2020*. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Lainattu 14.4.2020.
- Coleman, Renita. 2010. Framing pictures in our heads. Teoksessa D'Angelo, Paul & Kuypers, Jim (toim.), *Doing news framing analysis. Empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 233-255.
- D'Angelo, Paul. 2002. News framing as a multiparadigmatic research program: a response to Entman. *Journal of Communication* 52:4, 870-888.
- Dawson, Andrew & Innes, Martin. 2019. How Russia's Internet Research Agency built its disinformation campaign. *Political Quarterly* 90:2, 245-256.
- DiResta, Renee, Shaffer, Kris, Ruppel, Becky, Sullivan, David, Matney, Robert, Fox Ryan, Albright, Jonathan & Johnson, Ben. 2018. *The tactics & tropes of the Internet Research Agency*. New Knowledge: Tutkimusprojekti.
- Domke, David, Perlmutter, David & Spratt, Meg. 2002. The primes of our times? An examination of the 'power' of visual images. *Journalism* 3:2, 131-159.
- Ellul, Jacques. 1969. *Propaganda. The formation of men's attitudes*. New York: Alfred A. Knopf.
- Entman, Robert. 1993. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43:4, 51-58.
- Farkas, Johan & Bastos, Marco. 2018. *IRA propaganda on Twitter: Stoking antagonism and tweeting local news*. Konferenssijulkaisu.
- Gamson, William & Modigliani, Andre. 1987. The changing culture of affirmative action. Teoksessa Braungart, Richard ja Braungart Margaret (toim.), *Research in political sociology* 3. Greenwich: JAI Press Inc., 137-177.

- Garmažapova, Aleksandra. 2013. *Где живут тролли. И кто их кормит*. Novaja gazeta. <https://novayagazeta.ru/articles/2013/09/07/56253-gde-zhivut-trolli-i-kto-ih-kormit>. Lainattu 14.4.2020.
- Gitlin, Todd. 1980. *The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Goldstein, Cora. 2009. *Capturing the German eye. American visual propaganda in occupied Germany*. Chicago: Chicago University Press.
- Habermas, Jürgen. 1984. *The theory of communicative action: Vol. 1, Reason and the rationalization of society*. Lontoo: Heinemann.
- Howard, Philip & Parks, Malcom. 2012. Social media and political change: capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication* 62:2, 359-363.
- Howard, Philip, Woolley, Samuel & Calo, Ryan. 2018. Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology & Politics* 15:2, 81-93.
- Howard, Philip, Ganesh, Bharath, Liotsiou, Dimitra, Kelly, John & Camille François. 2018. *The IRA, social media and political polarization in the United States, 2012-2018*. University of Oxford: Tutkimusprojekti.
- Jamieson, Kathleen. 2018. *Cyberwar: How Russian hackers and trolls helped elect a president – what we don't know, can't, and do know*. New York: Oxford University Press.
- Jowett, Garth & O'Donnell, Victoria. 2006. *Propaganda and persuasion*. Thousand Oaks: Sage.
- Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. 1979. Prospect theory – Analysis of decision under risk. *Econometrica* 47:2, 263-292.
- Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. 1984. Choices, values and frames. *American Psychologist* 39:4, 341-350.
- Khaldarova, Irina & Pantti, Mervi. 2016. Fake news. *Journalism Practice* 10:7, 891-901.



- Kinder, Donald & Sanders, Lynn. 1990. Mimicking political debate with survey questions: the case of white opinion on affirmative action for blacks. *Social Cognition* 8:1, 73-103.
- Linville, Darren, Boatwright, Brandon, Grant, Will & Warren, Patrick. 2019. "The Russians are hacking my brain!" investigating Russia's Internet Research Agency Twitter tactics during the 2016 United States presidential campaign. *Computers in Human Behavior* 99, 292-300.
- Linville, Darren & Warren, Patrick. 2020. Troll factories: Manufacturing specialized disinformation on Twitter. *Political Communication*, 1-21.
- Lukito, Josephine. 2020. Coordinating a multi-platform disinformation campaign: Internet Research Agency activity on three U.S. social media platforms, 2015 to 2017. *Political Communication* 37:2, 238-255.
- Marchi, Regina. 2012. With Facebook, blogs and fake news, teens reject journalistic "objectivity". *Journal of Communication Inquiry* 36:3, 246-262.
- Messaris, Paul & Abraham, Linus. 2001. The role of images in framing news stories. Teoksessa Reese, Stephen, Gandy, Oscar ja Grant, August (toim.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New York: Routledge. 215-225.
- Persily, Nathaniel. 2017. The 2016 U.S. election: Can democracy survive the Internet? *Journal of Democracy* 28:2, 63-76.
- Petty, Richard & Cacioppo, John. 1986. *Communication and persuasion. Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.
- Pratkanis, Anthony & Aronson, Elliot. 1992. *Age of propaganda. The everyday use and abuse of persuasion*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Rodriguez, Lulu & Dimitrova, Daniela. 2011. The Levels of Visual Framing. *Journal of Visual Literacy* 30:1, 48-65.
- Scheufele, Dietram. 1999. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication* 49:1, 103-122.

- Scheufele, Dietram & Tewksbury, David. 2007. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication* 57:1, 9-20.
- Schwalbe, Carol & Dougherty, Shannon. 2015. Visual coverage of the 2006 Lebanon war: Framing conflict in three US news magazines. *Media, War & Conflict* 8:1, 141-162.
- Seo, Hyunjin & Ebrahim, Husain. 2016. Visual propaganda on Facebook: A comparative analysis of Syrian conflicts. *Media, War & Conflict* 9:3, 227-251.
- Stukal, Denis, Sergey Sanovich, Joshua, Tucker & Richard Bonneau. 2019 For Whom the Bot Tolls: A Neural Networks Approach to Measuring Political Orientation of Twitter Bots in Russia. *SAGE Open* 9:2, 1-16.
- Sunstein, Cass. 2017. *#Republic*. Princeton: Princeton University Press.
- Taylor, Philip. 2003. *Munitions of the mind. A history of propaganda from the ancient world to the present day*. Manchester: Manchester University Press.
- Tewksbury, David & Rittenberg, Jason. 2012. *News on the internet: Information and citizenship in the 21<sup>st</sup> century*. New York: Oxford University Press.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Valtioneuvosto. 2019. *Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelma 10.12.2019. Osallistava ja osaava Suomi – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta*. Valtioneuvoston julkaisuja 2019:31. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-808-3>. Lainattu 15.4.2020.
- Vehkalahti, Pertti. 2016. Ilmastomuutoksen ydinasiat. Ilmastokonsensus Fennovoimakirjoittelussa 2007-2013. *Media ja viestintä* 39:2, 93-116.
- Vehkalahti, Pertti. 2017. *Pohjoisen ydinmylly. Julkinen keskustelu Fennovoiman ydinvoimalasta 2007-2013*. Väitöskirja. Viestintätieteiden tiedekunta. Tampereen yliopisto. Tampere: Tampere University Press.
- Vreese, Claes, de, Jochen, Peter & Holli, Semetko. 2001. Framing politics at the launch of the euro: a cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication* 18:2, 107-122.

Väliaverronen, Vesa. 2007. *Geenipuheen lupaus. Biotekniikan tarinat mediassa*. Helsinki: Gummerus.

Woolley, Samuel & Guilbeault, Douglas. 2018. *United States: Manufacturing consensus online*. Oxford Scholarship Online.

Woolley, Samuel & Howard, Philip. 2016a. Political communication, computational propaganda, and autonomous agents. *International Journal of Communication* 10, 4882-4890.

Woolley, Samuel & Howard, Philip. 2016b. Social media, revolution and the rise of the political bot. Teoksessa Robinson, Piers, Seib, Philip ja Fröhlich, Romy (toim.), *Routledge handbook of media, conflict and security*. New York: Routledge. 282-292.

Woolley, Samuel & Howard, Philip. 2018a. *Introduction: Computational propaganda worldwide*. Oxford Scholarship Online.

Woolley, Samuel & Howard, Philip. 2018b. *Conclusion: Political parties, politicians and computational propaganda*. Oxford Scholarship Online.

Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea. 2018. *Report on Russian active measures*. [https://docs.house.gov/meetings/IG/IG00/20180322/108023/HRPT-115-1\\_1-p1-U3.pdf](https://docs.house.gov/meetings/IG/IG00/20180322/108023/HRPT-115-1_1-p1-U3.pdf). Lainattu 20.4.2020.

Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea. 2020a. *Exposing Russia's Effort to Sow Discord Online: The Internet Research Agency and Advertisements*. <https://intelligence.house.gov/social-media-content/>. Lainattu 14.4.2020.

Yhdysvaltain edustajainhuoneen tiedustelukomitea. 2020b. *Social media advertisements*. <https://intelligence.house.gov/social-media-content/social-media-advertisements.htm>. Lainattu 14.4.2020.

Zannettou, Savvas, Caulfield Tristan, Blackburn, Jeremy, De Cristofaro, Emiliano, Sirivianos, Michael, Stringhini, Gianluca & Suarez-Tangil Guillermo. 2018. *On the origins of memes by means of fringe web communities*. Konferenssijulkaisu.